



TUGAS AKHIR RI 141501

DESAIN INTERIOR *COWORKING SPACE* DILO SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS DAN INOVASI PENGGUNA

ALIVIA ROSY WALIDONNA
NRP 3813100009

Dosen Pembimbing
Anggra Ayu Rucitra, S.T., M.MT.

DEPARTMEN DESAIN INTERIOR
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

LEMBAR PENGESAHAN

**DESAIN INTERIOR COWORKING SPACE DILO SURABAYA UNTUK
MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS DAN INOVASI PENGGUNA**

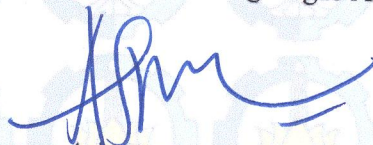
TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Departemen Desain Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**ALIVIA ROSY WALIDONNA
NRP 3813100009**

Disahkan oleh Pembimbing Tugas Akhir :



Anggra Ayu Rucitra, S.T., M.MT.
NIP 19830707 201012 2004



SURABAYA,

JULI 2017



FINAL PROJECT - RI 141501

INTERIOR DESIGN OF DILO SURABAYA COWORKING SPACE SURABAYA TO INCREASING USERS PRODUCTIVITY AND INNOVATIONS

Alivia Rosy Walidonna
NRP. 3813100009

SUPERVISOR LECTURER
Anggra Ayu Rucitra, S.T, M.T
NIP. 1983070720101220004

Department of Interior Design
Faculty of Civil Engineering & Planing
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DESAIN INTERIOR COWORKING SPACE DILO SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS DAN INOVASI PENGGUNA

Nama Mahasiswa : Alivia Rosy Walidonna
NRP : 3813100009
Dosen Pembimbing : Anggra Ayu Rucitra, S.T, M.MT

ABSTRAK

Kesadaran akan pentingnya pemuda untuk membangun iklim kewirausahaan di Indonesia semakin meningkat. Pemerintah termasuk BUMN juga mendukung peran kepemudaan di bidang kewirausahaan teknologi seperti Indigo Incubator, Wirausaha Muda Mandiri, Gerakan 1000 Startup Digital, dll. Adapun fasilitas yang disediakan oleh beberapa institusi dan swasta tersebut yang dinamakan sebagai Inkubator Bisnis. Fasilitas yang biasanya diberikan oleh Program Inkubasi Bisnis ini antara lain adalah tempat(*space*) yang digunakan sesama peserta dari program inkubasi bisnis sebagai kantor bersama untuk bekerja biasanya disebut dengan coworking space.

Konsep dari *coworking space* sendiri adalah sebuah jaringan antar berbagai ruangkerja (*workspace*) di seluruh dunia, sebuah tempat bersuasana semiformal yang memungkinkan berbagai komunitas pekerja-berorientasi-hasil (*Result Oriented Worker*) berkolaborasi. Pada saat ini, *Coworking space* di Indonesia memiliki banyak keuntungan antara lain biaya yang dibutuhkan untuk menyewa *space* tidak terlalu banyak karena konsep *sharing space*, dapat menggunakan alamat *coworking space* tersebut sebagai alamat kantor sehingga memudahkan untuk pengurusan, Surat Domisili, SIUP dan pendaftaran Merk Dagang.

Modern Urban yang diaplikasikan oleh penulis dalam redesain ini membentuk persepsi masyarakat tentang dukungan Telkom Indonesia terhadap karya-karya anak bangsa yang siap untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada di Indonesia. Mulai dari kesan hightechnology melalui material-material yang diaplikasikan dan juga pencahayaan-pencahayaan yang sesuai. Selain itu, DiLo Surabaya memiliki layout redesain yang open space ditambah dengan beberapa elemen yang mendukung untuk produktifitas dan inovasi pengguna

Kata kunci : Desain interior, coworking space, kewirausahaan

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

INTERIOR DESIGN OF DILO SURABAYA COWORKING SPACE TO INCREASING USERS PRODUCTIVITY AND INNOVATIONS

Student Name : Alivia Rosy Walidonna
NRP : 3813100009
Supervisor Lecturer : Anggra Ayu Rucitra, S.T, M.MT

ABSTRACT

Awareness of the importance of youth to build the climate of entrepreneurship in Indonesia is increasing. The government including (Badan Usaha Milik Negara) BUMN also supports youth roles in the field of technopreneurship such as Indigo Incubator, Wirausaha Muda Mandiri, 1000 Startup Digital Movement, etc. The facilities provided by some institutions and private business is called as Business Incubator. The facilities typically provided by the Business Incubation Program include the space used by participants of the business incubation program as a joint office for work, usually called coworking space.

The concept of coworking space itself is a network among multiple workspaces around the world, a semiformal atmosphere venue that allows a variety of results-oriented Worker communities to collaborate. At this time, Coworking space in Indonesia has many advantages, among others, the cost required to rent space is not too much because the concept of sharing space, can use the address coworking space as an office address making it easier to manage, Domicile Letters, SIUP and trademark registration. Coworking provides "conventional corporate office work, but in a very unique way." Affordable office space is the first step in helping youth want to start their business.

Modern Urban which applied by the author in this redesign can form the public perception about Telkom Indonesia. They also support the youth-citizen to ready to solve problems in Indonesia. Starting from the impression of high-technology through the applied materials and also the appropriate lighting. Despite, DiLo Surabaya has an open space redesign layout coupled with several elements that support for productivity and user innovation

Keywords : Interior Design, Coworking Space, Entrepreneurship

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Interior Coworking Space DiLo Surabaya Untuk Meningkatkan Produktifitas dan Inovasi”. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir, Jurusan Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.

Selama proses penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Mama, Papa dan keluarga besar yang memberikan do’a, dukungan, sponsor utama dan motivasi sepanjang hidup;
2. Anggra Ayu Rucitra, S.T, M.MT selaku Dosen Koordinator & Pembimbing Tugas Akhir yang selalu membimbing, memotivasi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir;
3. Lea Kristina A, S.T, M.Ds, Anggri Indraprasti, S.Sn, M.Ds, Ir. Prasetyo Wahyudie, M.T selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang memberikan saran & masukan untuk penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir;
4. Pihak Digital Innovation Lounge Surabaya yang banyak membantu penulis dalam menyediakan data;
5. Teman-teman Penggiat & Sahabat Teknokrat Muda ITS, Tumblerism, Campuspedia, Karya Salemba Empat, DI 3 & DP 19;
6. Mbak admin Ara Print yang sabar dan selalu sedia 24 jam;
7. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Diharapkan dengan adanya laporan hasil desain interior ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Surabaya, Juli 2017

Penulis

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Permasalahan	4
1.3.Tujuan & Manfaat	4
1.4.Lingkup Desain	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING	7
2.1. Coworking Space	8
2.1.1. Sejarah Coworking Space	9
2.1.2. Jenis Coworking Space Menurut Target Pasar	12
2.1.2.1. Incubator Workshop/DIY/Hacker Spaces	12
2.1.2.2. Social Enterprise dan Non-Profit Coworking Space	13
2.1.2.3. Industry-Specific/Niche Coworking Sapce	13
2.1.2.4. Coworking Space untuk Bisnis yang Sudah Berkembang	13
2.1.2.5. Satellite Space	13
2.1.3. Jenis Coworking Space Menurut Kapasitas	14
2.1.3.1. Midsize and Big Community Coworking Space	14
2.1.3.2. Small Community Coworking Space	14
2.1.3.3. Corporate Powered Coworking Space	15
2.1.3.4. University Related Coworking Space	16
2.1.3.5. Pop-up Coworking Space	16
2.1.4. Aktifitas Kerja Coworking Space	17
2.1.5. Psikologi Kerja Coworking Space	19
2.1.5.1. Kedekatan untuk Interaksi	19
2.1.5.2. Dukungan Sosial	20
2.1.5.3. Dukunngan teknis	20
2.1.5.4. Privasi	20
2.2. Kajian Tema	21
2.2.1. Modern 1890 - 1930	21
2.2.1.1. Ciri Khas Modern Style	23
2.2.1.1.1. Plafond	25
2.2.2. Produktifitas	25
2.2.3. Inovasi	29
2.2.4. Budaya Startup	32
2.2.4.1. Trend Startup di Indonesia	35
2.3. Studi Khusus	39
2.3.1. Green Building	39
2.3.2. Akustik Bangunan	40
2.3.3. Furniture	44
2.3.4. Pencahayaan	45
2.3.5. Entrepreneur Muda	47
2.3.5.1. Entrepreneur	47

2.3.5.2. Pemuda	47
2.3.5.3. Karakteristik Entrepreneur Muda	47
2.3.5.4. Faktor adanya Fenomena Entrepreneur Muda	49
2.3.5.4.1. Faktor Internal	49
2.3.5.4.2. Faktor Eksternal	50
2.3.5.5. Faktor yang Berperan dalam Kesuksesan suatu Usaha	51
2.3.6. Wayfinding	53
2.4. Studi Antropometri	56
2.4.1. Antropometri Kursi Kerja	56
2.4.2. Antropometri Kursi untuk Kepentingan Umum	56
2.4.3. Antropometri Sofa Duduk dan Sirkulasi	57
2.4.4. Antropometri Akses Unit yang Berada di Dinding	59
2.4.5. Antropometri Display Artwork	59
2.4.6. Antropometri Sirkulasi Meja Makan dan Buffet	59
2.4.7. Antropometri Jangkauan Akses Kabinet	60
2.4.8. Antropometri Meja Pantry	61
2.4.9. Antropometri Sink	61
2.4.10. Antropometri Meja Billiard	62
2.4.11. Antropometri Meja Kerja/Workstation	62
2.5. Studi Eksisting	64
2.5.1. Deskripsi Eksisting Obyek Perancangan	65
2.5.2. Fasilitas Pendukung Eksisting Obyek Perancangan	66
2.5.2.1. Coworking Space	66
2.5.2.2. Classroom	67
2.5.2.3. Meeting Room	67
2.5.2.4. Lobby	67
2.5.3. Aktifitas Eksisting Obyek Perancangan	68
2.5.4. Aturan Penggunaan Digital Innovation Lounge Surabaya	68
2.5.5. Studi Pengguna(Keseluruhan)	69
2.6. Studi Pembandingan 1	70
2.7. Studi Pembandingan 2	72
2.8. Studi Pembandingan 3	73
BAB III METODE DESAIN	77
3.1. Proses Desain	77
3.2. Teknik Pengumpulan Data	77
3.2.1. Interview	77
3.2.2. Studi Literatur	78
3.2.3. Observasi	78
3.3. Analisa Data	78
3.3.1. Analisa Pengguna	78
3.3.2. Analisa Aktifitas	79
3.3.3. Analisa Aspek Interior	79
3.4. Tahapan Desain	79

3.4.1. Permasalahan	79
3.4.2. Pengumpulan Data	79
3.4.3. Analisa	79
3.4.4. Sintesa	79
3.4.5. Konsep desain	79
3.5.6. Skematik Desain	79
3.5.7. Produk Desain	80
BAB IV PEMBAHASAN/ANALISA KONSEP & DESAIN	81
4.1. Studi Pengguna (Segmentasi)	81
4.2. Studi Ruang	83
4.3. Studi Hubungan Ruang	85
4.3.1. Matriks Hubungan Ruang	85
4.3.2. Bubble Diagram	86
4.4. Analisa Riset (kuisioner & Interview)	86
4.4.1. Hasil Interview	86
4.4.2. Analisa Hasil Wawancara	87
4.4.3. Hasil Observasi	88
4.5. Tema/Konsep (Makro)	89
4.5.1. Konsep Warna	92
4.6. Aplikasi Konsep Desain (Konsep Mikro pada Perancangan)	93
4.6.1. Aplikasi Dinding	93
4.6.2. Aplikasi Lantai	94
4.6.3. Aplikasi Ceiling	95
4.6.4. Aplikasi Elemen Estetis	96
BAB V PROSES DAN HASIL DESAIN	97
5.1. Alternatif Layout	97
5.1.1. Alternatif Layout 1	97
5.1.2. Alternatif Layout 2	97
5.1.3. Alternatif Layout 3	98
5.1.4. Pemilihan Alternatif Layout (Weighted Method)	99
5.2. Pengembangan Alternatif Layout Terpilih	100
5.3. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1	101
5.3.1. Layout Furniture & Deskripsi	101
5.3.2. Gambar 3D & Deskripsi	101
5.3.3. Detail Furniture, Elemen Estetis & Deskripsi	105
5.4. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2	106
5.4.1. Layout Furniture & Deskripsi	106
5.4.2. Gambar 3D & Deskripsi	108
5.4.3. Detail Furniture, Elemen Estetis & Deskripsi	109
5.5. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 3	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	115
6.1. Kesimpulan	115
6.2. Saran	116

DAFTAR GAMBAR

2.1. Group Work Activity	19
2.2. Modern Style Workspace	21
2.3. Modern Style Plafond	25
2.4. Google Campus Dublin	29
2.5. Ilustrasi Budaya Startup di Dunia	35
2.6. Produk Peredam Panas dan Suara	43
2.7. Spesifikasi Hilon Insulation	44
2.8. Kursi	45
2.9. SNI Tingket Pencahayaan Ruangan	46
2.10. Critical Work Chair Measurement	56
2.11. General Purpose Chair Measurement	57
2.12. Antropometri Sofa Duduk	57
2.13. Sirkulasi Lounge	58
2.14. Sirkulasi Lounge	58
2.15. Antropometri Jangkauan Unit Dinding	58
2.16. Antropometri Jangkauan Display	59
2.17. Antropometri Sirkulasi Meja Makan	59
2.18. Antropometri Sirkulasi Meja Makan	60
2.19. Antropometri Jangkauan Akses Kabinet & Sirkulasi	60
2.20. Antropometri Meja Pantry	61
2.21. Antropometri Jangkauan Sink	61
2.22. Antropometri Meja Billiard	62
2.23. Antropometri Jangkauan Meja Kerja/Workstation	62
2.24. Antropometri Jangkauan Workstation	63
2.25. Eksisting DiLo Surabaya	64
2.26. Eksisting DiLo Surabaya	64
2.27. Logo DiLo & Telkom Indonesia	64
2.28. Eksisting Coworking Space	65
2.29. Eksisting Classroom	66
2.30. Eksisting Meeting Room	67
2.31. Eksisting Lobby	67
2.32. Suasana Lobby SUB CO Tierra	70
2.33. Suasana Coworking SUB CO Tierra	71
2.34. Harvard Innovation Lab	72
2.35. Impact Hub Singapore	73
2.36. Range Harga Membership Impact Hub Singapore	75
3.1 Proses Desain	77
4.1. Matriks Hubungan Ruang DiLo Surabaya	85
4.2. Bubble Diagram DiLo Surabaya	86
4.3. Ilustrasi Urban Modern pada Interior Kantor	87
4.4. Ilustrasi Coworking Space	90

4.5. Ilustrasi Coworking Space	91
4.6. Color Chart	92
4.7. Aplikasi Dinding	93
4.8. Aplikasi Lantai	94
4.9. Aplikasi Ceiling	95
4.10. Aplikasi Elemen Estetis	96
5.1. Alternatif Layout 1	97
5.2. Alternatif Layout 2	98
5.3. Alternatif Layout 3	98
5.4. Pengembangan Alternatif Layout terpilih	100
5.4. Ilustrasi Augmented Reality	100
5.5. Layout Furniture Ruang Terpilih 1	101
5.6. Potongan Ruang Terpilih 1	102
5.7. View 1 Ruang Terpilih 1	103
5.8. View 2 Ruang Terpilih 1	104
5.9. View 3 Ruang Terpilih 1	104
5.10. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang terpilih 1	105
5.11. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 1	105
5.12. Layout Furniture Ruang Terpilih 2	106
5.13. Tampak Potongan Ruang Terpilih 2	107
5.14. View 1 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room	103
5.15. View 2 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room	109
5.16. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilh 2	103
5.17. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 2	104
5.18. View 3 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room	110
5.19. View 1 – Ruang Terpilih 3	111
5.20. View 2 – Ruang Terpilih 3	112
5.21. View 3 – Ruang Terpilih 3	112
5.22. View 4 – Ruang Terpilih 4	113

DAFTAR TABEL

4.1. Segmentasi Pengguna DiLo Surabaya	82
4.2. Subjek Startup DiLo	82
4.3. Alur Konsep Desain	90
5.1. Weighted Method	96

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara	121
Lampiran 2. Studi Aktifitas & Fasilitas Ruangan	125
Lampiran 3. Studi Ruangan	126
Lampiran 4. Analisa Aktifitas Ruang Mingguan	127
Lampiran 5. Katalog LG Multitouch Screen Display	130
Lampiran 6. RAB	136



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) Tercatat pada akhir tahun 2013, pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta dan pada kuartal I 2014 angka ini naik menjadi 82 juta. Sedangkan angka terbaru dari jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 berjumlah 132,7 juta orang. Kondisi ini merupakan modal besar bagi Indonesia untuk mengembangkan *e-commerce* dan bisnis aplikasi teknologi digital di Tanah Air. Volume bisnis *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai USD 130 Miliar dengan angka pertumbuhan per tahun sekitar 50 persen.

Pada saat ini kesadaran akan pentingnya pemuda untuk membangun iklim kewirausahaan di Indonesia semakin meningkat. Banyak institusi pendidikan di Indonesia yang membentuk output mahasiswa *entrepreneur*, tidak hanya Perguruan Tinggi Swasta seperti Universitas Ciputra, UPH, namun sudah merambah ke Perguruan Tinggi Negeri seperti Universitas Brawijaya, Institut Teknologi Bandung, Institut Teknologi Sepuluh Nopember dan lain-lain. Tidak hanya Perguruan Tinggi, namun swasta dan BUMN juga mendukung peran kepemudaan di bidang *entrepreneur* seperti GEPI (Global Entrepreneurship Program Indonesia), Start Surabaya, Indigo Incubator, Wirausaha Muda Mandiri, Gerakan 1000 Startup Digital, dll

Adapun fasilitas yang disediakan oleh beberapa institusi dan swasta tersebut yang dinamakan sebagai Inkubator Bisnis. Secara sederhana, inkubator bisnis dapat dikatakan sebagai suatu tempat yang menyediakan fasilitas bagi percepatan penumbuhan wirausaha melalui sarana dan prasarana yang dimiliki sesuai dengan *base competency*-nya.



Dengan memanfaatkan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh inkubator, para pengguna jasa (*tenant*) dapat memperbaiki sisi-sisi lemah dari aspek-aspek wirausaha. Pengembangan inkubator bisnis terkait sangat dengan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah/ UMKM (*micro, small & medium enterprises/ SME's*), karena penumbuh ekonomi pada umumnya dimulai oleh kehadiran usaha mikro dan kecil. Pengusaha mikro dan kecil merupakan bagian terbesar dari pelaku bisnis di Indonesia, sehingga secara kuantitatif kelompok ini mempunyai peran yang sangat penting dan strategis.

Fasilitas yang biasanya diberikan oleh Program Inkubasi Bisnis ini antara lain adalah tempat(*space*) yang digunakan sesama peserta dari program inkubasi bisnis sebagai kantor bersama untuk bekerja biasanya disebut dengan *coworking space*. Konsep dari *coworking space* sendiri adalah sebuah jaringan antar berbagai ruangkerja (*workspace*) di seluruh dunia, sebuah tempat bersuasana cafe dimana berbagai komunitas pekerja-berorientasi-hasil (*ROW, result-oriented-worker*, sebagai kebalikan dari pekerja *time-oriented-worker* seperti pekerja pabrik yang kinerjanya diukur dari kepatuhannya terhadap jam kerja tradisional) seperti pengembang *software*, arsitek, seniman, pengajar, wartawan, bahkan mahasiswa bekerja dan berkolaborasi.

Saat ini konsep *coworking space* akan diprediksikan dapat mengubah pola kerja baru yang membentuk sebuah etos kerja menjadi lebih baik. Media internasional seperti *Routters, Business Week, CNN* dan *New York Times* sejak 2012 lalu telah meramalkan bahwa *coworking* adalah *trend* kerja masa depan.

Oleh karena itu, karena adanya kebutuhan *coworking space* semakin banyak, akhirnya *coworking space* banyak menjamur di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Jogja dan Surabaya. *Coworking space* lokal ini memiliki banyak keuntungan antara lain biaya yang dibutuhkan untuk



menyewa *space* tidak terlalu banyak karena konsep *sharing space*, dapat menggunakan alamat *coworking space* tersebut sebagai alamat kantor sehingga memudahkan untuk pengurusan, Surat Domisili, SIUP dan pendaftaran Merk Dagang.

Salah satu *coworking space* yang dapat diakses gratis karena subsidi dari pemerintah adalah Digital Lounge Surabaya. DiLo, bertempat di Jl. Ketintang No. 156 Surabaya, Dilo (Digital Inovation Lounge) sebuah *Creative Camp* yang dikembangkan oleh MIKTI bekerja sama dengan Telkom, sebagai pusat interaksi peminat dan pelaku industri kreatif digital di kota Surabaya yang bertujuan menciptakan bibit-bibit Digital Preneur yang selanjutnya siap masuk ke industri (*Creative Center*). Didalam *Creative Camp*, komunitas kreatif digital akan diberikan pemahaman mengenai arah yang sebaiknya dilalui untuk masuk ke industri kreatif digital, termasuk arah sektor industri yang potensial untuk dijalani. Salah satu program *Creative Camp*-nya adalah Indigo Creative Nation. Program ini adalah program 6 bulan mentoring dan inkubasi bisnis teknologi, 3 bulan diawal masih dalam tahap seleksi regional yang diwajibkan untuk mengikuti *workshop* dan progress di masing-masing Digital Community seperti DiLo setiap kota yang telah ditunjuk.

Karena *coworking space* sudah menjadi trend di dunia *entrepreneur* dan *startup* maka dari itu, Penulis mengangkat topik **“Desain Interior Coworking Space DiLo Surabaya untuk Meningkatkan Produktifitas dan Inovasi Pengguna”**.



1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan-rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa permasalahan yang sering di hadapi oleh pengguna DiLo Surabaya?
2. Bagaimana standar ruangan dari coworking space yang akan diterapkan di DiLo?
3. Bagaimana karakter desain interior yang cocok untuk budaya startup?
4. Bagaimana desain interior yang dapat meningkatkan produktifitas dan inovasi pengguna di DiLo Surabaya?
5. Bagaimana standar teknologi bangunan dan kebutuhan yang tepat untuk menyelesaikan masalah dan kebutuhan pengguna di Digital Lounge Surabaya?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disusun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan desain interior Digital Lounge Surabaya yang dapat menyelesaikan masalah pengguna;
2. Menciptakan desain interior yang dapat meningkatkan produktifitas dan inovasi pengguna di DiLo Surabaya;
3. Mengetahui penataan standar ruangan, teknologi bangunan dan kebutuhan yang tepat untuk menyelesaikan masalah di DiLo Surabaya.

Sedangkan berdasarkan tujuan penelitian, maka didapatkan banyak manfaat yang akan didapat sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada interior desainer tentang penataan standar ruangan, teknologi bangunan dan



kebutuhan yang tepat untuk co-working space di Digital Lounge Surabaya;

2. Sebagai acuan desain interior khusus co-working space.

1.4. Lingkup Desain

Agar model perancangan ini lebih terarah dan sesuai dengan pembahasan yang dimaksud, maka penulis membatasi masalah pada :

1. Luasan minimal objek adalah 800 m²;
2. Analisa desain meliputi elemen interior;
3. Studi ini hanya sebatas usulan tidak sampai pada tahap simulasi dan implementasi.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB II

KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING

2.1 Coworking Space

Secara tradisional, masyarakat memaksa kita untuk memilih antara bekerja di rumah untuk diri kita sendiri atau bekerja di kantor untuk sebuah perusahaan. Jika kita bekerja seperti biasanya secara konvensional 9-5 jam bekerja perusahaan dalam sehari, hal tersebut tentunya membuat kita kehilangan kebebasan dan kemampuan untuk mengendalikan hidup kita sendiri. Jika kita memilih untuk bekerja sendiri di rumah, kita memperoleh kemerdekaan tetapi di lain sisi kita mendapatkan kesepian dan kebiasaan buruk dari tidak dikelilingi oleh komunitas kerja.

Coworking adalah solusi untuk masalah ini. Di *coworking*, penulis independen, programmer, dan pencipta datang bersama-sama dalam masyarakat beberapa hari seminggu. *Coworking* menyediakan "kantor pekerjaan perusahaan konvensional, tetapi dalam cara yang sangat unik. Ruang kantor terjangkau adalah langkah pertama dalam membantu remaja, atau entrepreneur-to-be, untuk memulai perusahaan mereka.

Coworking(collaborative working) adalah gaya kerja baru yang melibatkan lingkungan kerja bersama. Lebih dari sekedar berbagi ruang kerja, *Coworking* membuat tiap individu maupun kelompok untuk berbagi ide dan mendukung satu sama lain. Semangat *Coworking* adalah berbagi dan berkolaborasi. *Co-working* merupakan tren baru dalam dunia kerja yang sudah menjamur di Amerika, Eropa, dan Asia. Individu yang belum memiliki kantor, pekerja lepas, pekerja *mobile*, membutuhkan tempat kerja nyaman untuk menjalin interaksi dengan kolega ataupun dengan klien.

Konsep kerja *Coworking* tidak hanya berkaitan tentang kondisi fisik dari tempat tersebut, tetapi tentang bagaimana membangun komunitas *coworking*. Manfaatnya sudah dapat dialami di luar tempat, dan dianjurkan



untuk memulai dengan membangun komunitas co working terlebih dahulu sebelum mempertimbangkan membuka tempat *Coworking*.

2.1.1. Sejarah Coworking Space

Industri inkubator bisnis sendiri mulai menjamur di Amerika pada saat Perang Dunia ke-2. Pertama kali didirikan di *Batavia Industrial Centre, New York State* di tahun 1959. Sebagai pusat bisnis yang masih dimiliki oleh *Massey Ferguson Company*. Pada tahun 1960 *Massey Ferguson* menutup perusahaannya dan mem-PHK banyak orang. Sementara mereka mencari perusahaan yang dapat menyewa tempat tersebut. Akhirnya berinisiatif untuk membagi ruang tersebut menjadi unit-unit kecil untuk mendukung bisnis-bisnis kecil menengah.

Coworking adalah munculnya bentuk pengorganisasian kerja yang muncul dari kebutuhan *telecommuting* karyawan dan konsultan independen untuk bekerja dari rumah (Spinuzzi 2012). *Coworking* adalah praktik di mana orang menempati meja secara santai atau sementara dan berbagi tempat kerja dengan orang lain. Tidak seperti tempat kerja tradisional atau "*hot-desking*" *workplace* dimana telah diberlakukan kebijakan pegawai tanpa ada ruangan set meja kantor (Hirst 2011), ruang kerja biasanya tidak dikontrol oleh atasan, tetapi dikelola oleh *organizer* eksternal dengan tujuan memfasilitasi akses ke ruang kerja bersama dan *resources*. Fasilitas ini kemudian diakses oleh berbagai individu yang mungkin dipekerjakan oleh sebuah organisasi lain atau mereka adalah wirausahawan dan *freelancer* (Foertsch 2013).

Coworking spaces dan tipe pekerjaan yang dilakukan ada cairan dan muncul. Sementara lingkup kerja dari *coworking* tampaknya paling sering dibidang teknologi dan komunikasi, model *coworking* adalah memperluas *networking* (Surman 2013). Beberapa *coworking space* yang nampak lebih resmi,



misalnya, dengan fungsi yang didedikasikan untuk mendukung pembelajaran dan pengembangan, sementara yang lain muncul dari sebuah perusahaan yang menyewakan beberapa ruang yang tidak dibutuhkan. Selain itu, ada bentuk lain informal *coworking space* seperti perpustakaan (Caldwell et al 2012;. Chen et al 2013.) dan kedai kopi (Liegl 2014).

Jadi dengan ini dapat disimpulkan bahwa fenomena munculnya *coworking space* adalah banyaknya bisnis kecil yang sedang berkembang dengan minimnya modal, serta tingginya harga properti saat ini. Sehingga *coworking space* merupakan sebuah solusi untuk bisnis kecil yang ingin memiliki kantor untuk keperluan ijin usahanya (company policy/SIUP).

Dalam proses bekerja atau mengerjakan tugas, biasanya seseorang akan menemui berbagai masalah baik teknis ataupun non-teknis. Misalnya, para mahasiswa ataupun *freelancer* merasa bosan dan tidak nyaman dengan suasana kamar ataupun ruang kerjanya. Permasalahan lainnya yaitu mereka tidak memiliki fasilitas *printer* untuk mencetak laporan ataupun tugas mereka, sehingga harus mencari tempat bekerja lain dan tempat penyewaan *printer* di luar rumah. Atau mereka tidak memiliki persediaan kopi ataupun minuman dan makanan lainnya di rumah, sehingga harus mencari *mini market* ataupun *café* untuk berbelanja makanan dan minuman yang dikonsumsi selama bekerja

Inkubasi berkembang sebagai model tempat kerja dengan *low-cost* dan memiliki layanan *training*, *mentoring* dan *market access* untuk mengembangkan bisnis dan pencarian *investor*. Pada tahun 2012 ada lebih dari 1.250 inkubator di Amerika. Di Inggris, angka bertambah banyak semenjak 2011 dan China di 15 tahun terakhir angka berkembang dari 164



sampai 1.200 , memiliki karyawan lebih dari 1.4 juta orang dan menggunakan lebih dari 40 juta m² area bangunan.

Presentase dari bisnis start-up menjadi perusahaan yang sukses secara global telah diestimasikan lebih dari 5%. Di Inggris, rata-rata angka startup yang bertahan di program inkubasi mendekati 20% lebih tinggi daripada bisnis kecil yang memilih untuk berdiri sendiri. Meskipun sekarang banyak accelerator dan incubator yang berkembang, jumlah total dari portofolio perusahaan di dalamnya telah mulai berkembang akhir-akhir ini.

Industri yang ditargetkan sebagai pengguna coworking space adalah para tenaga profesional dalam industry kreatif. Karena padre individu dalam industry kreatif memiliki peluang untuk bekerja sendiri, namun tetap membutuhkan jaringan untuk dapat maju dan berkembang.

Selanjutnya, menurut data dari Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) pada tahun 2012 jumlah entrepreneur muda (start-up business) secara nasional tercatat berjumlah sekitar 30.000 orang dari total 804.050 orang pengusaha di Indonesia. Dan, 65% dari total pengusaha muda di Indonesia tersebut bergerak di bidang Industri Kreatif. Menurut Survey yang dilakukan Deskmagz (2012), para start-up business dan freelancer cenderung bertahan selama 4 tahun sebelum mereka memilih untuk mempunyai dan atau bekerja di kantor sendiri.

Dengan melihat data yang telah dibahas dari tren property yang makin diminati karena harganya yang selalu naik. Diikuti dengan menjamurnya tren kedai kopi dan kafe karena memiliki pengunjung yang banyak terutama untuk menyelesaikan masalah pekerjaan serta melakukan rapat dengan kolega atau klien, membuat rencana bisnis coworking space menjadi semakin meyakinkan untuk memenuhi kebutuhan gaya



hidup dan gaya bekerja masyarakat. Dalam proses bekerja atau mengerjakan tugas, biasanya seseorang akan menemui berbagai masalah baik teknis ataupun non-teknis. Misalnya, para mahasiswa ataupun *freelancer* merasa bosan dan tidak nyaman dengan suasana kamar ataupun ruang kerjanya. Permasalahan lainnya yaitu mereka tidak memiliki fasilitas *printer* untuk mencetak laporan ataupun tugas mereka, sehingga harus mencari tempat bekerja lain dan tempat penyewaan *printer* di luar rumah. Atau mereka tidak memiliki persediaan kopi ataupun minuman dan makanan lainnya di rumah, sehingga harus mencari *mini market* ataupun *café* untuk berbelanja makanan dan minuman yang dikonsumsi selama bekerja. Banyak orang yang duduk dan membuka laptopnya di beberapa *café* atau restoran untuk mengerjakan pekerjaannya sambil menyantap kopi atau makanan lainnya. Akan tetapi, beberapa tempat tersebut tidak buka selama 24 jam/7 hari, bahkan ada yang melarang penggunaan laptop di tempat mereka agar pengunjung tidak berlama-lama duduk dan menjadikan pengunjung lainnya menunggu untuk bersantap disana. Di beberapa restoran cepat saji juga tidak sedikit dijumpai pengunjung yang membawa laptop untuk mengerjakan tugas dikarenakan tempat tersebut memberikan layanan Wi-Fi gratis dan dibuka bebas selama 24 jam/7 hari.

Ditambah lagi, peningkatan jumlah pekerja lepas atau freelance dan professional di bidang industry kreatif semakin banyak di Surabaya.

Berdasarkan preliminary survey dengan target survey kategori usia 18-30 tahun yang bekerja sebagai freelancer dan owner startup di Surabaya pada tahun 2016, 87,8 % responden memang lebih memilih untuk menggunakan ruang public sebagai tempat bekerja dan berdiskusi daripada kantor, rumah



ataupun kampus. 60% responden menjadikan kedai kopi sebagai ruang public favorit untuk tempat bekerja dan berdiskusi, 40% memilih mall dan 10% lainnya memilih kafe. Sebanyak 56,67% responden mengaku alasan utama pemanfaatan kafe dan kedai kopi tersebut adalah karena factor suasana yang lebih nyaman dan tidak kaku, lokasi strategis sebagai meeting point yang tidak membosankan, dan lebih fleksibel untuk berpindah-pindah. Alasan lain yang ditemukan oleh 43,33% responden yakni karena tempat kerja yang ada saat ini tidak ideal karena minimnya fasilitas kantor yang terintegrasi dengan teknologi. Sehingga responden lebih memilih ruang public karena menyediakan one stop service berupa fasilitas internet tanpa kabel (Wi-Fi), stop kontak, makanan dan minuman. Selain itu, 63,16% responden mengatakan bahwa ruang public cenderung memberikan inspirasi dalam bekerja, berdiskusi maupun rapat.

Oleh karena itu, coworking space harus memiliki kesan desain yang tidak kaku, dan beririsan dengan tema-tema yang banyak digunakan oleh café dan restoran yang memiliki segmentasi usia 18-30 tahun.

2.1.2. Jenis Coworking Space Menurut Target Pasar

Menurut Genevieve De Guzman dalam bukunya *-Working in the UnOffice : A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits-* co-working space dikategorikan menjadi 5 tipe menurut target pasarnya, antara lain : Incubator Workshops/DIY/ Hacker Spaces, Social Enterprise and Non-profit Coworking Spaces, Industry-Specific/Niche Coworking Spaces, Coworking Space untuk Bisnis yang sudah berkembang dan Satellite Spaces.

2.1.2.1. Incubator Workshops/DIY/Hacker Spaces

Secara pengelolaan, Incubator Workshops lebih banyak di kelola oleh sektor swasta seperti SUB.CO Tierra



dikelola oleh Ciputra Property. Tipe ini lebih fokus kepada pengembangan bisnis berbasis web-technology dengan pertumbuhan profit yang sangat tinggi oleh para penggunanya. Contoh lain dari Hacker Spaces yang terkenal adalah Google Campus London.

2.1.2.2. Social Enterprise dan Non-profit Coworking Space

Coworking space ini lebih banyak di kelola oleh pebisnis-pebisnis sosial dan Non-profit Organization(NGO).

2.1.2.3. Industry-Spesific/Niche Coworking Spaces

Coworking space ini memiliki sector industry khusus untuk para penggunanya seperti bidang fashion industry, furniture, craft, dan lain sebagainya.

2.1.2.4. Coworking Space untuk Bisnis yang sudah berkembang

Coworking space ini adalah bentuk sebuah ekosistem yang sangat mendukung untuk bisnis yang sudah berkembang. Banyak stakeholder yang ikut turuntangan didalamnya, seperti investor, mentor bahkan pemerintahan.

2.1.2.5. Satellite Space

Satelitte space merupakan coworking space swasta yang terbuka bagi siapa saja yang ingin bergabung untuk mengembangkan bisnisnya, ada mulai dari ide, tahap awal maupun yang sudah berlanjut. Di satelitte space ini memungkinkan untuk berinteraksi dan saling kolaborasi antara bisnis yang satu dengan yang lain.

Oleh karena itu jenis coworking space DiLo Surabaya menurut target pasar merupakan kategori Coworking Space untuk Bisnis yang sudah berkembang.



2.1.3. Jenis Coworking Space Menurut Kapasitas

Sedangkan menurut Prayanti dalam bukunya Coworking Space di Kota Denpasar pada tahun 2016 terdapat 5 (lima) kategori *Co-working Spaces* yang dapat dibangun untuk memfasilitasinya menurut ukuran market, yaitu.

2.1.3.1. Midsize and Big Community Co-working Spaces

Pada kategori ini akan ditemukan *classical Co-working Space* yang pada umumnya memberikan layanan dan tempat untuk 40 (empat puluh) *co-workers* (2nd Global Coworking Survey, 2011). Kategori ini didefinisikan berdasarkan jumlah atau kapasitas *workspace*, bukan dari sebuah perusahaan atau industri khusus, sehingga memungkinkan untuk memperluas tempat, memperbanyak kapasitas, dan merubah konsep desainnya. Pusat *Co-working Spaces* dari sebuah industri akan masuk ke dalam kategori ini. Contohnya dapat dilihat pada *Betahaus* di Berlin atau *Coworking-Networks HUB* yang memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di berbagai tempat.

2.1.3.2. Small Community Coworking Space

Mungkin banyak yang bertanya-tanya, bagaimana sebuah komunitas kantor dapat dikatakan memiliki sebuah *Co-working Space*. Apakah dapat dikatakan sebuah *Co-working Space* jika 3 (tiga) orang desainer grafis bekerja bersama-sama dalam sebuah ruangan untuk menghemat biaya sewa kantor?. Hal ini berarti bahwa sebuah *collaborative workspace* kecil



dengan 10 (sepuluh) tempat bekerja dapat dikatakan sebagai *Small Community Co-working Space*. Dan sering kali *Co-working Space* tipe ini memiliki suasana yang penuh cinta dan kasih sayang serta atmosfer yang sangat tidak formal, contohnya dapat dilihat pada *Parisian Soleilles Cowork* di Paris.

2.1.3.3. Corporate Powered Coworking Space

Meningkatnya jumlah perusahaan besar yang menemukan cara-cara berbisnis yang baru, membuat *Co-working Space* ini menjadi sebuah tambahan tempat yang dibutuhkan untuk mengorganisir cara bekerja, melakukan riset, dan mencari inovasi baru yang dapat dimanfaatkan perusahaan besar untuk meningkatkan kinerja dan pendapatan perusahaannya.

Pada tipe ini, *Co-working Space* tersebut akan memiliki akses terbatas, seperti hanya bisa digunakan oleh para pekerja yang bekerja dibawah perusahaan tersebut. Akan tetapi, agar konsep *co-working* ini lebih bisa tercapai, tidak tertutup kemungkinan *Co-working Space* tipe ini akan membuka layanannya untuk para pekerja dan para *freelancer* yang bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Contoh kategori ini dapat dilihat pada *Network Orange Coworking Space* di Toronto, dimana tempat mereka bekerja disponsori oleh *ING Direct Bank*. Contoh lainnya yaitu *Hannover Coworking Space Modul 57*, yang disponsori oleh *TUI Germany*.



2.1.3.4. University Related Coworking Space

Co-working Space merupakan tempat yang ideal untuk mengaplikasikan atau mencoba ilmu dan pengetahuan yang baru diperoleh. Tempat ini akan menjadi jembatan antara teori dan praktek yang akan membantu para pelajar untuk mengerti dan mendalami sebuah proyek. Contoh yang paling menonjol dapat dilihat pada *Startup Sauna* di Helsinki, yaitu sebuah proyek yang dimulai oleh mahasiswa dari Aalto University. Contoh lainnya adalah *Reynolds School of Journalism*, yaitu sebuah sekolah tambahan pada University of Nevada, dimana yang selanjutnya bekerja sama dengan *Coworking Space Reno Collective*. The Eberhard Karls University di Tübingen sudah memiliki *Co-working Space* mereka sendiri di dalam kampusnya.

2.1.3.5. Pop-up Coworking Space

Pop-Up Co-working Spaces merupakan tempat yang berisikan oleh komunitas aktif yang berkegiatan sementara. Tempat ini biasanya dibuat untuk uji coba untuk sebuah *Co-working Space* permanen di masa yang akan datang atau dibangun oleh sebuah perusahaan atau industri tertentu untuk menyelesaikan sebuah proyek tertentu, seperti sebuah proyek yang melibatkan banyak kelompok internal perusahaan dan partner kerja sama dari luar perusahaan. Contohnya yaitu *Coworking Space of the Swiss Federal Railways*.



Bentuk lain dari *Pop-Up Co-working Spaces* ini adalah sebuah bangunan yang diciptakan oleh pemiliknya untuk digunakan sementara. *The City of Lucerne* memberikan penggunaan sementara pada bangunan kolam renang indoor mereka untuk dijadikan sebagai *private operator*. Tempat ini menyediakan *showrooms*, lokakarya dan ruang bekerja dengan biaya sewa yang cukup murah.

Sehingga, menurut pembagian tipe-tipe coworking space DiLo Surabaya merupakan kategori *Small Community Coworking Space*

2.1.4. Aktifitas Kerja Coworking Space

Menurut data penelitian dari Politecnico di Milano, School of Architecture & Society. Berikut adalah rincian aktifitas yang ada di coworking space (**Gambar 2.1**)



Gambar 2.1. Group Work Activity
Sumber : How to Create a Coworking Space Handbook, 2016

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan fisik yang dibutuhkan oleh coworking space adalah ventilasi, temperature & akustik yang baik, beserta ergonomi yang nyaman. Sedangkan kebutuhan psikologi yang dibutuhkan oleh pekerja didalam coworking space antara lain interaksi, kedekatan, stimulasi, privasi, dan rasa aman.



2.1.2. Psikologi Kerja Coworking Space

Fayad dan Weeks menjelaskan dari mereka studi ke komunikasi di tempat kerja, "Ruang yang paling efektif menyatukan orang bersama dan menghilangkan batas sekaligus juga menyediakan cukup privasi bahwa orang-orang tidak takut didengar orang lain atau merasa terganggu."

Berikut ini adalah beberapa hal penting yang menjadi fokus pada perancangan sebuah iklim yang baik di coworking space.

2.1.1.1.1. Kedekatan untuk interaksi

Ada fokus yang besar pada potensi jaringan dan transfer pengetahuan di ruang inkubasi, yang berdasarkan pada baik asumsi dan/atau bukti yang terkait dengan nilai kedekatan untuk komunikasi. Dalam banyak bahan pemasaran on-line untuk inkubator, kedekatan dengan lainnya start-up pendiri, mentor dan administrator adalah disorot sebagai manfaat utama datang untuk ruang. Y-Combinator, inkubator terkemuka di dunia menurut Forbes Magazine¹⁸ membutuhkan nya start-up untuk bekerja di situs untuk memaksimalkan pengembangan ide dan interaksi dengan mentor - "Apa yang kami lakukan, yang harus kita lakukan secara pribadi."

2.1.1.1.2. Dukungan sosial

Dalam satu penelitian dari inkubator universitas di AS, hasil menunjukkan bahwa komunikasi dengan start-up lainnya pada tahap yang sama dapat memberikan dukungan sosial yang



berharga, terutama pada tahap awal pengembangan bisnis. "Tahap pembangunan perusahaan penduduk serta tingkat pengalaman anggotanya mempengaruhi jenis, kedalaman dan frekuensi interaksi yang diinginkan. Perusahaan dengan kepemilikan lebih lama dalam inkubator atau yang memiliki anggota dengan pengalaman kewirausahaan sebelumnya menyatakan keinginan kurang untuk sering berinteraksi dengan perusahaan penduduk".

2.1.1.1.3. Dukungan teknis

Di bagian teknis, akses yang tepat untuk mentor dan administrasi dukungan pada produk memungkinkan respon cepat yang menimbulkan ke 'akselerator' nomenklatur - untuk start-up dengan sedikit atau tanpa uang, waktu adalah esensi, dan akses mudah ke pemimpin bisnis, hukum dan ahli keuangan dapat mempercepat proses pembentukan bisnis. Selain itu adalah ketersediaan ruang, fasilitas dan peralatan yang start-up tidak mampu ketika beroperasi sendiri.

2.1.1.1.4. Privasi

Kepercayaan juga penting, karena ada ketegangan yang melekat antara kebebasan dan hubungan di dalam lingkungan ini: berbagi dan mengakses informasi harus seimbang dengan kebutuhan untuk ruang dan waktu untuk bekerja tanpa gangguan, dan perlindungan informasi rahasia. 20 Keamanan kekayaan intelektual dapat difasilitasi dengan pemberian pekerjaan rahasia, diskusi dan ruang brainstorming. Desain yang memberikan akustik, visual, dan ruang petunjuk



untuk tingkat yang tepat dari privasi dan interaksi sangat penting untuk program inkubasi yang sukses.



2.2 Kajian Tema

Kajian tema adalah studi pustaka mengenai tema yang akan diaplikasikan ke objek desain. Berdasarkan penjabaran konsep coworking space diatas selaras dengan konsep Modern Urban. Karena mewakili nilai-nilai high technology (dari produk-produk teknologi yang dihasilkan oleh DiLo). Desain urban sangat erat kaitannya dengan perkotaan, dengan karakter dinamis dan mobile, desain urban sangat dipengaruhi Kesibukan dan pergerakan yang tinggi mempengaruhi pula bentuk bangunan dan desain interior. Desain modern yang akan diaplikasikan kedalam desain penulis lebih mengacu kepada pengolahan ruang-ruang sempit agar terpakai secara efektif, tidak memiliki banyak bentukan ukiran namun mementingkan fungsi dari bentuk yang akan diaplikasikan.

2.2.1. Modern (1890 – 1930)



Gambar 2.2. Modern Style Workspace
Sumber : www.pinterest.com

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, modern memiliki definisi yaitu terbaru ; mutakhir ; sikap dan cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Modern berhubungan dengan kata baru dan barat. Hingga saat ini, segala sesuatu dianggap modern bila mengadopsi dari apa yang dilakukan oleh masyarakat dunia barat, walaupun paradigma tersebut tidak sepenuhnya benar. Kata modern juga berhubungan dengan hal-hal yang baru, yang ter up to date,



tidak kuno, dan memiliki teknologi tinggi. Menurut Henry S. Sabari, modern merupakan sebuah era di mana kemajuan dan optimisme menjadi sebuah keniscayaan. Menurut R. Soekmono, modern merupakan jaman yang coraknya ditentukan oleh pengaruh Eropa Barat. Menurut Gatot P. Soemartono, modern akan selalu berkaitan dengan revolusi industri.

Desain Interior modern berasal dari gerakan modernisme yang dimulai pada abad 20. Modernisme awalnya merupakan desain yang timbul akibat kejenuhan manusia akan bentuk yang rumit seperti ornament, ragam hias, ukiran. Desain modern pada awalnya banyak terinspirasi dari gerakan kubisme. Oleh karena itu karyanya banyak menghasilkan bentuk desain seperti kubus.

Arsitektur modern tidak bermula dengan revolusi yang tiba-tiba membuang yang pra modern dan menggantinya dengan geometris sebagai satu-satunya rupa arsitektur, tetapi secara setahap demi setahap menghapuskan ornamen-ornamen dan dekorasi yang digantikan oleh geometri. Arsitektur modern diketahui telah berkembang lebih kurang setengah abad, berawal kira-kira tahun 1920 hingga 1960 dan pada bulan September 1930 telah diadakan suatu kongres oleh CIAM yang menghasilkan metode berpikir secara rasional untuk membangun kembali bangunan-bangunan yang hancur akibat perang dunia II. Dalam hal ini mereka menerapkan kecepatan dalam membangun (fabrikasi komponen bangunan), efisien, ekonomis, dan rasional. Penekanannya pada rasionalitas. Bangunan yang demikian ini dianggap mencerminkan fungsinya dan



gejala ini melintasi batas negara dan budaya, sehingga dapat dianggap bersifat Internasional.

Arsitektur modern mempunyai pandangan bahwa arsitektur ‘olah pikir’ bukan ‘olah rasa’ (tahun 1750), dan ‘permainan ruang’ dan bukan ‘bentuk’. Sejalan dengan kemajuan teknologi yang pesat ikut mempengaruhi arsitektur. Munculnya teknologi bahan bangunan yang mendukung arsitektur modern. Misalnya kaca yang dapat digunakan untuk mengekspresikan ruang. Karena cirinya yang ‘ada tapi tidak terlihat’. Selain itu untuk mewujudkan kecepatan dalam membangun maka dilakukan dengan produksi massal bahan bangunan sehingga mengakibatkan arsitektur modern dapat menembus batas budaya dan geografis, dan arsitektur menjadi suatu gaya internasional serta bangunan-bangunan di dunia menjadi seragam.

2.2.1.1. Ciri Khas Modern Style

Desain interior berkonsep modern memiliki ciri khas tersendiri, yaitu 1) satu gaya internasional atau tanpa gaya ; 2) Berupa khayalan , idealis; 3) bentuk tertentu, fungsional; 4) Less is more; 5) Ornamen adalah suatu kejahatan sehingga perlu ditolak; 6) singular; 7) Nihilism.

Filosofi dari desain interior modern diantaranya adalah bersih, simpel, dan fokus pada fungsi. Tidak banyak aksesoris tambahan pada desain gaya modern. Namun demikian, kesan tenang dan kesederhanaan sangat tampak.

Pengelolaan tata ruang yang apik mengikuti geometri dasar membuat ruangan tampak lebih luas. Penggunaan teknologi sangat dominan. Pemakaian material juga terpilih dari bahan metal, chrome, maupun kaca.



Warna putih, hitam ataupun warna netral adalah ciri gaya ini.

Gaya modern adalah gaya desain yang simple, bersih, fungsional, stylish dan selalu mengikuti perkembangan jaman yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat. Gaya hidup modern ditopang oleh kemajuan teknologi, dimana banyak hal yang sebelumnya tidak bisa dibuat dan didapatkan menjadi tersedia bagi banyak orang.

Dalam mendesain konsep dan gaya modern selalu melihat nilai benda-benda (furniture) berdasarkan besar fungsi dan banyaknya fungsi benda tersebut, serta berdasarkan kesesuaiannya dengan gaya hidup yang menuntut serba cepat, mudah dan fungsional. Dalam arsitektur, gaya hidup modern berimbas kepada keinginan untuk memiliki bangunan yang simple, bersih dan fungsional, sebagai symbol dari semangat modern. Namun, gaya hidup semacam ini hanya dimiliki oleh sebagian masyarakat saja terutama yang berada di kota besar, dimana kehidupan menuntut gaya hidup yang lebih cepat, fungsional dan efisien.

Pengaplikasian warna pada elemen pembentuk ruang interior menggunakan warna warna netral sebagai analogi dari dunia modern. Warna putih, hitam ataupun warna abu-abu adalah ciri langgam ini. Jika memilih warna coklat kayu, pilihlah warna yang solid dan tegas. Cat warna yang digunakan tidak hanya menggunakan satu warna, melainkan dengan menggunakan minimal dua paduan warna yang disesuaikan dengan lekuk ruangan. Untuk memperkuat kesan tegas pada ruangan diperlukan aplikasi warna non-klasik seperti warna-warna cerah dan terang seperti biru dan merah sebagai warna aksen atau elemen pembeda yang memberikan ciri khas. Warna-warna cerah



dan terang ini mampu menciptakan kesan lapang pada ruangan. Aplikasi warna cerah dan terang boleh di terapkan pada furnitur maupun dinding / lantai rumah .

2.2.1.1.1. Plafond



Gambar 2.3. Modern Style Plafond

Aplikasi plafond pada konsep modern design rata-rata menggunakan downceiling untuk merapikan utilitas-utilitas kabel dan saluran udara air-conditioner.

2.2.2. Produktifitas

Ide ruang kantor yang menyenangkan bagi karyawan pertama kali dipelopori oleh perusahaan Google. Kantor maupun ruang kerjanya didesain dengan warna cerah dan tidak seperti layaknya ruang kerja. Desain yang cerah pada interiornya bisa meningkatkan *mood* karyawan dalam bekerja dan sedikit melepaskan stres yang ada. Selain interior, adanya area bersantai dalam *desain ruang kantor* juga dibutuhkan bagi karyawan untuk melepaskan rasa lelah dan penat akibat tekanan dalam pekerjaan.

Robbins (2008) menjelaskan bahwa produktivitas dapat diartikan sebagai ukuran kinerja yang meliputi efektivitas dan efisiensi. Secara umum, produktivitas kerja karyawan adalah kemampuan seberapa baik dalam menggunakan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan sesuatu (*output*) yang sudah



ditentukan, baik yang bersifat material atau non material. Efektivitas berfokus pada keluaran (hasil akhir), sedangkan efisiensi berfokus pada masukan yaitu berupa sumber daya. Wujud dari hasil atau *output* yang diperoleh meliputi barang, jasa dan kepuasan. Sedangkan sumber kerja yang digunakan berupa tenaga, mesin, bahan, ruangan, perlengkapan, tanah, dan gedung (Sedarmayanti, 2010).

Suatu aktivitas kerja dikatakan efisien setidaknya kegiatan kerja dilaksanakan berhasil guna, ekonomis dalam penggunaan sumber daya, pelaksanaan kerja dapat dipertanggung jawabkan secara tepat, pembagian kerja yang nyata yaitu berdasarkan beban kerja, rasionalitas wewenang dan tanggung jawab jelas, terdapat prosedur kerja yang praktis untuk dapat dilaksanakan karyawan.

The American Society of Interior Designer (ASID) (dalam Hameed 2009), telah melakukan sebuah studi independen dan mengungkapkan bahwa desain fisik tempat kerja adalah salah satu dari tiga faktor utama, yang mempengaruhi kinerja dan kepuasan kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 31 persen orang merasa puas dengan pekerjaan mereka karena adanya kenyamanan lingkungan tempat kerja. 50% dari orang yang mencari pekerjaan mengatakan bahwa mereka akan lebih memilih pekerjaan di perusahaan yang berlingkungan fisik cukup baik. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Sterk, 2005) (dalam Sukoco, 2007), menemukan bahwa 83% pegawai sangat mengharapkan adanya pencahayaan yang tepat, area kerja yang sesuai, serta temperature udara yang nyaman. Harapan tersebut diikuti dengan ruang penyimpanan dokumen atau arsip yang nyaman, ruang kerja yang bersifat personal hingga pengaturan kabel yang digunakan dalam ruang kantor.

Menurut Brill et al. (1984) factor-faktor desain kantor atau desain interior yang mempengaruhi produktivitas adalah Furniture,



Noise, Flexibility, Comfort, Communication, Lighting, Temperature, dan the Air Quality. Faktor-faktor seperti perabot (furniture), kebisingan (noise), pencahayaan (lighting), temperatur (temperature), air quality, dan tata letak (spatial arrangement) adalah faktor inti desain interior yang terkait dengan lingkungan kerja secara langsung. Sedangkan flexibility, comfort, dan communication merupakan faktor psikologis yang timbul karena adanya faktor-faktor inti desain interior. Konsep selanjutnya pernah diteliti oleh Leaman pada tahun 1995 yang menemukan hubungan antara lingkungan kantor, ketidakpuasan karyawan dan pengaruhnya terhadap produktivitasnya. Adanya ketidakpuasan karyawan muncul akibat adanya temperatur (temperature), kualitas udara (air quality), pencahayaan (light), dan kebisingan (noise) di dalam kantor.

Konsep yang ketiga diteliti oleh Hameed dan Sheila pada tahun 2009 yang mengadaptasi dan merangking faktor-faktor desain interior yang mempengaruhi produktivitas karyawan dari konsep Leaman (1995) dan Brill et al (1984) dalam lima faktor yaitu perabot (furniture), kebisingan (noise), pencahayaan (lighting), temperatur (temperature), dan tata letak (spatial arrangement). Dalam konsep ini terdapat penambahan faktor tata letak (spatial arrangement) yang juga memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas karyawan. Dari ketiga konsep sebelumnya mengenai faktor-faktor desain interior yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan tersebut, konsep Sehgal (2012:2) memiliki persamaan dengan konsep yang diteliti oleh Hameed dan Sheila pada tahun 2009 yaitu merangking lima faktor lima faktor desain interior yang memiliki berpengaruh langsung pada produktivitas kerja karyawan. Lima faktor desain interior tersebut terdiri dari perabotan (furniture), kebisingan (noise), pencahayaan (lighting), temperatur (temperature), dan tata letak (spatial arrangement).



Produktivitas merupakan syarat penentu utama dari keberhasilan suatu organisasi. Adanya produktivitas merupakan tolak ukur dimana suatu organisasi dapat mencapai sasaran atau tujuannya. Produktivitas karyawan, menurut Moekijat (1999:330), dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu kualitas dan kemampuan fisik karyawan yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, latihan, motivasi kerja, etos, mental dan kemampuan fisik karyawan. Lalu faktor supra sarana, jadi hal yang terjadi di internal perusahaan dipengaruhi oleh apa yang terjadi diluarnya, seperti sumber faktor produksi yang akan digunakan, prospek pemasaran, perpajakan perijinan, dan lain sebagainya. Selanjutnya, faktor ketiga adalah faktor sarana pendukung yang menyangkut lingkungan kerja yang meliputi teknologi dan cara produksi sarana, dan peralatan produksi, tingkat keselamatan dan kesehatan serta suasana di lingkungan kerja itu sendiri. Selain itu menyangkut kesejahteraan karyawan yang tercermin di sistem pengupahan dan jaminan kelangsungan kerja. Faktor lingkungan kerja inilah yang akan dibahas lebih lanjut pada penelitian ini karena rancangan suatu bangunan atau lingkungan yang bagus akan menyebabkan karyawan merasa lebih nyaman, aman, dan produktif dalam pekerjaan.

Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Robertson MM dan Huang YH pada tahun 2006, ditemukan bahwa intervensi fisik (*workstation layout*) memberikan kepuasan individu pada lingkungan tempat kerja dan memiliki hubungan yang positif dengan performa individu, kolaborasi tim dan efektifitas tim.

Lingkungan kerja yang nyaman merupakan pendekatan efektif yang diterapkan pada para karyawan. Dorongan bekerja dinilai bisa meningkat secara signifikan karena karyawan tidak seperti berada di kantor. Setiap kantor memiliki kebutuhan untuk ruangan yang berbeda-beda sesuai penggunaannya. Misalnya, ruang



kantor desain modern untuk menciptakan suasana yang santai dan ajang sosialisasi dengan karyawan lainnya.

Kesimpulan dari studi produktifitas karyawan yang telah didapatkan dari berbagai sumber adalah sebuah workspace khususnya pada coworking space adalah penyesuaian dengan budaya startup (oleh karena itu dibutuhkan studi khusus tentang budaya startup yang akan dijelaskan pada poin 2.2.4). Adanya penambahan beberapa elemen seperti tumbuhan, penyesuaian furniture dengan ergonomi kerja, faktor pencahayaan yang akan dibahas pada poin 2.3.4.

2.2.3. Inovasi

Menurut Patterson (2005) menyebutkan bahwa kreatifitas dan inovasi sangat berkesinambungan, namun perbedaannya adalah tentang hal yang baru. Kreatifitas adalah tentang bagaimana membuat ide-ide baru yang original. Inovasi adalah sebuah konsep yang lebih luas meliputi penerapan ide-ide baru untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berguna (dalam konteks kelompok, organisasi atau masyarakat). Inovasi sering disebut sebagai suatu proses, karena menerapkan ide-ide baru tentu melibatkan pengaruh ke orang lain (sedangkan kreativitas dapat dicapai



Gambar 2.4. Google Campus Dublin
<http://webbisnis.com/kantor-kantor-unik-dan-keren-di-dunia/>



secara terpisah). Inovasi karyawan lebih dari sekadar kreativitas individu karena juga berkaitan sejauh mana karyawan melaksanakan dan mempertahankan inovasi. Karakteristik dan perilaku orang-orang dalam perusahaan adalah inti dari inovasi perusahaan. Sementara tantangan terbesar bagi banyak perusahaan saat ini dapat bertahan dalam iklim ekonomi saat ini, mempromosikan dan mendorong kerja yang inovatif berpendapat untuk berkontribusi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Patterson dalam *Characteristics & Behaviours of Innovative People in Organisations*. Secara umum, penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang mendukung akan meningkatkan stimulasi ide-ide baru dan inovasi. Dari berbagai sumber informasi lainnya berkontribusi untuk menyediakan mendukung dan merangsang lingkungan kerja termasuk praktek manajemen yang mendukung (budaya kerja) dan *leadership*, evaluasi konstruktif dan umpan balik, dan rekan kerja yang mendukung.

Dalam studi inovasi ini akan diulas berbagai studi pembanding kantor yang telah sukses untuk mengembangkan inovasi karyawannya salah satunya adalah Google Campus, Dublin. Interior Google Campus Dublin dikerjakan oleh Architecture & Interior Firm Camenzind Evolution, Swizterland. Camenzind, yang menjadi salah satu partner dalam pembangunan kantor unik ini berpendapat bahwa, salah satu kenikmatan bekerja dengan Google adalah perusahaan ini tidak takut untuk bereksperimen. “Anda diizinkan untuk mencoba hal-hal baru dan dibiarkan gagal, untuk menemukan apa yang benar-benar terbaik,” katanya. Dalam semangat itu, dekorasi ruang kerja di Dublin dibuat sangat bervariasi agar masing-masing karyawan bisa menempatkan diri di lingkungan kerja yang berbeda.



Sedangkan menurut Green Building Council Indonesia, Tempat kerja yang dirancang dan dioperasikan harus dapat memberikan tingkat kenyamanan tinggi dari segi visual, akustik dan termal untuk penghuninya, yang mendukung efektivitas dan kreatifitas pekerja. Seperti halnya :

- Meningkatkan efek psikologis seseorang dengan mendesain ruang yang memungkinkan pekerja untuk bergerak bebas ;
- Memberikan teknologi bergerak (telepon, computer, konektivitas nirkabel) yang mendukung gaya kerja baru dan praktik kerja yang paling fleksibel sehingga tidak memerlukan suatu ruangan yang besar dan bersifat permanen;
- Desain untuk mengurangi stress dan memfasilitasi kondisi relaksasi, dengan memberikan ruang yang mendukung privasi dalam penglihatan dan system akustik tetapi tetap memberi kesempatan penghuninya untuk melakukan pertemuan formal dan informal;
- Menyediakan lingkungan visual yang menarik dan pada saat yang sama, desain untuk keseimbangan antara fungsi dan estetika. Memberikan tambahan elemen hijau berupa vegetasi alami didalam ruangan jika memungkinkan;
- Mengupayakan untuk membuat ‘sense of place’ sehingga tempat kerja memiliki karakter unik yang menimbulkan kenyamanan bagi pekerja secara individu dan komunitas tempat kerja.
- Mengurangi waktu dengung suara di dalam tempat kerja dengan menentukan bahan menyerap suara



dan dengan mengkonfigurasi letak dan susunan ruang;

- Meminimalkan kebisingan latar belakang dari system HVAC(Heating, Ventilation and Air Conditioner), system bangunan dan peralatan lainnya;
- Memberikan kenyamanan termal dan kualitas ventilasi dengan menganalisis penempatan konfigurasi dan jenis jendela dan skylight dan memberikan yang emmadai, shading dikendalikan untuk menghindari “titik panas” yang disebabkan oleh sinar matahari langsung;
- Memberikan udara langsung kemasing-masing individu dan control suhu di setiap lokasi workstation. Memanfaatkan sensor CO2 untuk menilai kualitas udara ruang untuk menyesuaikan ventilasi;
- Menentukan perabot yang mendukung postur tubuh manusia, mekanik tubuh dan teknik bekerja untuk tugas-tugas yang ingin dicapai (misalnya kursi dan keyboar computer yang ergonomis);
- Memberikan workstation (tempat bekerja) yang memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan tempat duduk, peralatan computer penempatan, tingkat pencahayaan, ketinggian permukaan kerja, tata letak ruang kerja dan ventilasi.

2.2.4. Budaya Start-up

Kata *Startup* sendiri merupakan serapan dari Bahasa Inggris yang berarti tindakan atau proses memulai sebuah organisasi baru atau usaha bisnis. Startup merujuk pada



perusahaan yang belum lama beroperasi. Perusahaan-perusahaan ini sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat.

Startup diartikan sebagai perusahaan baru yang sedang dikembangkan. Mulai berkembang akhir tahun 90an hingga tahun 2000, nyatanya istilah *Startup* banyak “dikawinkan” dengan segala yang berbau teknologi, *web*, internet dan yang berhubungan dengan ranah tersebut. Ternyata hal tersebut terjadi dikarenakan istilah *Startup* sendiri mulai populer secara internasional pada masa *bubble dot-com*, lalu apa lagi *bubble dot-com* itu? fenomena *bubble dot-com* adalah ketika pada periode tersebut (1998-2000) banyak perusahaan *dot-com* didirikan secara bersamaan.

Pada masa itu sedang gencar-gencarnya perusahaan membuka *website pribadinya*. Makin banyak orang yang mengenal internet sebagai ladang baru untuk memulai bisnisnya. Dan waktu itu pula lah, *Startup* lahir dan berkembang. Namun menurut Ronald Widha dari TemanMacet.com, *Startup* tidak hanya perusahaan baru yang bersentuhan dengan teknologi, dunia maya, aplikasi atau produk tetapi bisa juga mengenai jasa dan gerakan ekonomi rakyat akar rumput yang bisa mandiri tanpa bantuan korporasi-korporasi yang lebih besar dan mapan.

Beberapa karakteristik perusahaan *Startup* tersebut diantaranya:

- Usia perusahaan kurang dari 3 tahun
- Jumlah pegawai kurang dari 20 orang
- Pendapatan kurang dari \$ 100.000/tahun
- Masih dalam tahap berkembang
- Umumnya beroperasi dalam bidang teknologi
- Produk yang dibuat berupa aplikasi dalam bentuk digital



- Biasanya beroperasi melalui website

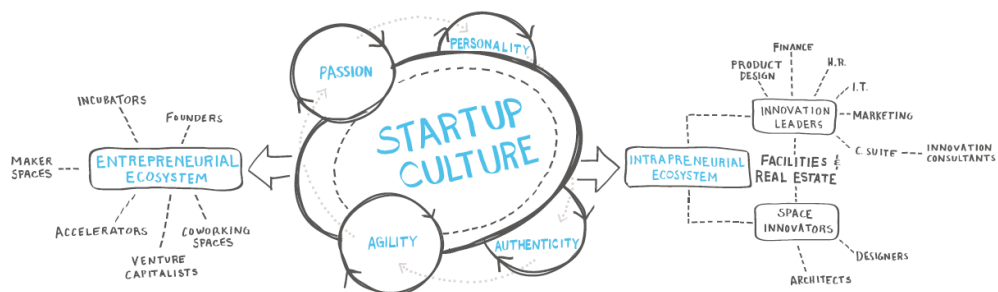
Dari karakteristik tersebut mungkin nampak bahwa startup lebih condong ke perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan web. Namun faktanya memang seperti itu, kini perkembangan perusahaan yang lazim dilabeli nama Startup adalah perusahaan yang berkenaan dengan dunia tekno dan online.

Perusahaan dari semua ukuran berada dalam misi untuk menarik dan membuat lingkungan yang dapat memungkinkan untuk berkomunikasi secara personal, passion dan self-expression. Mereka mencari cara untuk mengaktifkan dan mempertahankan jenis pergerakan yang cepat dan ide-ide yang mungkin untuk direalisasikan. Ketika ini mengalir secara bersamaan dalam ukuran yang sama, ini adalah sesuatu yang kita sebut budaya startup.

Untuk tahun lalu, peneliti turnstone, dalam kemitraan dengan para peneliti Steelcase WorkSpace Futures, berwisata AS untuk menghabiskan waktu dengan pendiri perusahaan kecil (pengusaha) untuk belajar tentang apa yang mereka nilai, cara mereka mengeksekusi bisnis, bagaimana mereka menyusun tim, dan mungkin yang paling menarik, bagaimana mereka mengembangkan budaya yang menghasilkan karyawan terlibat dan menarik dan mempertahankan bakat.



Sebuah lingkungan non-corporate, atau apa yang kita panggil "budaya startup," adalah komponen yang sangat berharga dari kewirausahaan yang tak terhitung jumlahnya. Budaya ini menempatkan kepribadian pada layar dan memungkinkan orang untuk bersenang-senang bersama-sama dan bekerja dengan cara yang terbaik sesuai dengan mereka. Budaya ini diterjemahkan sebagai "unbuttoned dan non-corporate" -sebuah fleksibilitas, lingkungan yang menggerakkan karyawan, yang memungkinkan mereka untuk merasakan makna dan saling memiliki.



Gambar 2.5. *Ilustrasi Budaya Startup di Dunia*

2.2.4.1. Trend Startup di Indonesia

Belakangan ini mulai menjamur bisnis –bisnis kecil di Indonesia khususnya yang berbasis pada teknologi dan informasi. Bisnis semacam itu biasanya dikenal dengan istilah *technopreneurship*. dalam ketegori pemula, atau perusahaan yang sedang dalam tahap pengembangan, bisnis tersebut dikenal dengan istilah *startup*. *Startup* secara definitif diartikan sebagai perusahaan yang sedang dikembangkan, seiring perkembangannya seringkali dilabelkan pada perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi.

Bisnis startup semakin menjamur di Indonesia – Hal ini karena semakin banyak perusahaan mapan mengurangi karyawan, sehingga bermunculan pula pengusaha baru. Perusahaan barupun didukung oleh pemerintah yang menggelakkan



wirausaha. umumnya perusahaan start up dicirikan sebagai perusahaan yang berdirinya baru sekitar 0 hingga 2 tahun, jam kerjanya yang fleksibel, dan karyawan yang kurang dari 10 orang. Dengan pendirian perusahaan baru, para pendiri, serta pemilik, haruslah meyakinkan dirinya bahwa apa yang telah dilakukannya adalah benar. Pendiripun harus berbagi visi bersama karyawan serta memastikan bahwa karyawannya mempunyai visi yang sama. Harus mempunyai tingkat kepercayaan antara satu dengan yang lainnya. Karena, meskipun nantinya tidak sedang berada di dalam satu kantor, semuanya akan tetap melaksanakan pekerjaan dengan tujuan untuk mengembangkan perusahaan. Semuanya harus dengan sukarela untuk mengerjakan semua pekerjaan yang memang harus diselesaikan. Kesadaran bahwa pekerjaan ini adalah milik bersama serta tanggung jawab bersama demi mencapai sebuah hasil.

Perkembangan Startup di Indonesia bisa dikatakan cukup pesat menggembirakan. Setiap tahun bahkan setiap bulan banyak founder-founder (pemilik) Startup baru bermunculan. Menurut *dailysocial.net*, sekarang ini terdapat setidaknya lebih dari 1500 *Startup* lokal yang ada di Indonesia. Potensi pengguna internet Indonesia yang semakin naik dari tahun ke tahun tentunya merupakan suatu lahan basah untuk mendirikan sebuah *Startup*.

Seiring perkembangan internet di Indonesia, membuka peluang perusahaan-perusahaan *startup* untuk semakin mengepakkan sayapnya. Pengguna internet di Indonesia yang kini mencapai lebih dari 90 juta orang, menjadi pondasi yang kuat bagi pengembangan industri digital. Daya beli masyarakat yang meningkat seiring dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat, menjadi hal yang bisa dipertimbangkan bagi perkembangan perusahaan *startup* di Indonesia.



Di Indonesia saat ini, sudah banyak perusahaan *startup* yang mencapai kesuksesan, sebut saja *Kaskus.co.id*, *Malesbanget.com*, *Traveloka.com*, *Blibli.com* dan masih banyak lainnya. Perusahaan *startup* dikategorikan menjadi tiga jenis yakni pencipta game dan aplikasi, penyedia informasi dan edukasi, serta *e-commerce*. Dari ketiga jenis *startup* tersebut, masing-masing mempunyai potensi pasar yang berbeda-beda.

Meningkatnya penggunaan *smartphone* dan *android*, merupakan peluang besar bagi *startup* pencipta game dan aplikasi, khususnya *android* karena menerapkan sistem *open source*. Begitupula bagi *startup* penyedia jasa informasi dan edukasi, orang-orang modern cenderung memilih jalan singkat untuk mengakses informasi yang kemudian mengacu pada *e-paper*. Setiap hari, orang-orang mengakses berita dan berbagai informasi dari internet. Belum lagi berbagai forum-forum diskusi online di internet.

Berdasarkan beberapa riset, pada tahun 2013 saja diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 70 juta orang, bisa dibayangkan berapa jumlah user internet Indonesia beberapa tahun kedepan. Selain itu daya beli masyarakat yang meningkat seiring dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat negeri ini ikut mempengaruhi perkembangan industri digital.

Menurut Rama Mamuaya, *CEO dailysocial.net*, *Startup* di Indonesia digolongkan dalam tiga kelompok yaitu *Startup* pencipta game, *Startup* aplikasi edukasi serta *Startup* perdagangan seperti *e-commerce* dan informasi. Menurutnya *Startup* game dan aplikasi edukasi punya pasar yang potensial dan terbuka di Indonesia. Hal ini dikarenakan proses pembuatan game dan aplikasi edukasi relatif mudah.



Dengan berkembangnya media sosial dan *smartphone*, pasar untuk *mobile game* dan *social game* semakin besar. Sementara itu untuk aplikasi atau *website* yang bergerak di bidang *e-commerce* dan informasi, Rama menilai tantangannya di Indonesia masih cukup besar dikarenakan masih minimnya penggunaan kartu kredit. Namun untuk yang berbaur informasi atau berita berbagai tema, perkembangannya justru jauh lebih pesat lagi.

Masyarakat masa kini, cenderung lebih suka melakukan hal-hal yang *simple* dan tidak ribet. Seiring berkembangnya teknologi yang mengubah segala hal menjadi *e-world*, semakin membuka peluang bisnis *startup* di Indonesia, khususnya *e-commerce*. Sebut saja portal jual beli online yang semakin hari semakin berkembang pesat, mulai dari *olx.com* yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online, hingga toko online seperti *lazada.com* dan *blibli.com* yang menawarkan transaksi jual beli kebutuhan sehari-hari dengan mudah. Transaksinya pun juga sangat mudah dengan sistem transfer maupun *cash on delivery*.

Kemudahan-kemudahan seperti itu, sepertinya akan berpeluang besar menguasai pasar di Indonesia. orang-orang tidak lagi dipaksa pergi ke toko, memilih barang, membayar secara *cash* dan kemudian mengangkut barang sendiri ke rumah.

Dengan adanya berbagai portal jual beli online, semakin mempermudah kehidupan masyarakat, hal itu tentunya juga didukung banyak hal seperti *e-payment* dan sebagainya. Meniru berbagai perusahaan seperti di atas yang kini telah meraih kesuksesan, sepertinya bisa menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk menjalankan bisnis *e-commerce*. Pemerintah saat ini juga menerapkan *e-system* seperti *e-payment gateway* dan *e-budgeting* yang sudah diterapkan di berbagai daerah.



Di Indonesia sekarang ini telah banyak berdiri komunitas *founder-founder Startup*. Seperti Bandung Digital Valley (bandungdigitalvalley.com), Jogja Digital Valley (jogjadigitalvalley.com), Ikitas (www.ikitas.com) Inkubator Bisnis di Semarang, Stasion (stasion.org) wadah bagi Startup lokal kota Malang, dan masih banyak lagi yang lainnya. Dengan adanya komunitas ini tentunya akan memudahkan para founder untuk saling sharing, membimbing bahkan untuk menjaring investor. Para founder dapat pula mengikuti kompetisi yang diadakan oleh beberapa perusahaan seperti Telkom untuk menjadi investor mereka.

Hal yang paling utama untuk mendirikan Startup adalah tim yang solid, karena dengan adanya tim yang solid bisa memunculkan ide-ide baru yang kreatif dan inovatif. Dengan ide dan eksekusi yang tepat, tentunya para founder tidak akan kesulitan menarik minat masyarakat maupun mencari investor.

2.3 Studi Khusus

2.3.1. Green Building

Green Design 1 adalah salah satu wujud implementasi konsep pembangunan berkelanjutan merupakan bangunan ramah lingkungan yang dikenal juga dengan sebutan bangunan *Sustainable* atau *Sustainability 2*. Bangunan ramah lingkungan mengacu kepada suatu tatanan pembangunan yang memanfaatkan proses-proses yang ramah lingkungan dan dalam penerapannya mengkonsumsi sumber daya secara efisien sepanjang siklus hidup bangunan tersebut.

Menurut Williamson, Radford, and Bennetts (2003:70), *Sustainability* bertujuan untuk mendesain sebuah lingkungan dimana manusia dan lingkungan dapat bertahan hidup. Untuk mencapai tujuan tersebut, *sustainable design* dengan *sustainability* – nya merupakan faktor yang penting.



Sustainable design adalah suatu upaya pemanfaatan sumber daya alam yang ada untuk dapat digunakan secara efisien dan secukupnya dengan mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan masa depan. Dalam hal ini *sustainable design* sangat berperan penting dalam suatu pengembangan pembangunan dan lingkungan.

2.3.2. Akustik Bangunan

Penelitian J. Nemecek dan E. Grandjean tahun 1973 (Kleemen, 1991:211), para karyawan yang bekerja pada KBT menghasilkan tingkat produktivitas yang sedikit lebih rendah. Dugaan logis terkuat karena masalah akustik.

Masalah akustik ini bertambah berat, bila kategori ruang KBT besar. Semakin besar ruang, semakin banyak personel bekerja di dalamnya, semakin banyak pula masalah akustik yang muncul. Bising latar semakin tinggi karena aktivitas peralatan standar yang banyak (suara blower AC, lampu, komputer, nafas manusia dll). Bising latar menyangkut pula posisi ruang KBT tersebut (dekat dengan jalan raya, dekat chiller AC, dekat gedung parkir dll). Selain bising latar, masalah yang muncul adalah bising operasional atau tingkat tekanan bunyi/TTB, yang meliputi percakapan, bunyi mesin jilid, fotocopy, printer, orang berjalan, dering telepon dll.). Percakapan atau komunikasi oral cenderung lebih keras bila bising latar tinggi. Pada KBT besar, orang cenderung berteriak daripada mendatangi lawan bicara yang berposisi jauh, karena secara visual lawan bicara tersebut terlihat. Hal ini akan menambah tinggi TTB.

Ruangan yang besar juga lebih mudah menghasilkan waktu dengung /*Reverberation Time*/RT, bila banyak material pemantul di dalamnya. RT yang panjang akan menyebabkan energi suara tidak cepat meluruh/ hilang sehingga bising bertambah. Kondisi ini juga menyebabkan ketidakjelasan pembicaraan. KBT yang besar juga memungkinkan orang mendengar pembicaraan orang yang agak jauh dari posisi duduknya karena rendahnya partisi membuat berkas suara dapat menerus tanpa banyak halangan. Bila suara pembicaraan itu cukup keras dan jelas, maka privasi pembicaraan/ *speech privacy* tidak terjadi.

Tantangan akustik dalam kantor adalah untuk meningkatkan hal yang pertama dan menghilangkan hal yang kedua. Kenyamanan juga dipengaruhi oleh intensitas suara. Suara harus cukup keras dan cukup jelas. Masyarakat dapat berkomunikasi, baik berpasangan, berkelompok bahkan melalui telepon tenang dan sepi dibutuhkan



pada percakapan yang dirahasiakan, ketenangan untuk meluruskan pikiran, dan suasana untuk memikirkan perhitungan yang kompleks. Suara komatkamit (semacam bisikan) dan dengungan dari keramaian (lalu lalang) secara tidak sadar dapat juga menenangkan pekerjaan individu. Suara-suara di luar dapat mengganggu atau memperbaiki suasana.

Pengendalian bising dalam ruang kantor mencakup:

- perlindungan dari sumber bising luar.
- Insulasi horisontal dan vertikal yang cukup di dalam ruang untuk menjamin keprivasian pembicaraan.
- Reduksi bising yang cukup di dalam ruang sehingga menghasilkan kondisi yang cukup tenang untuk bekerja (Doelle, 1972:222).

Merujuk tulisan tentang kantor, tampak bahwa ruang KBT (*open plan system/landscaped offices*) **berpotensi mempunyai masalah akustik yang lebih banyak dibanding tata ruang kantor tertutup.**

Perlakuan */treatment* elemen interior yang dimaksud adalah pengaturan letak, pengaturan dimensi dan pengaturan pelapisan bahan dari elemen-elemen interior, yakni lantai, dinding, plafon, dan furnitur.

Beberapa contoh perlakuan tersebut antara lain:

- Lokalisasi beberapa workstation staf yang dalam aktivitasnya berpotensi menimbulkan kebisingan di atas rata-rata. Misal; staf CS (*customer service*).
- Lokalisasi dan isolasi beberapa peralatan yang berpotensi menimbulkan kebisingan di atas rata-rata. Misal: mesin penghancur kertas dll.



- Pelapisan lantai dengan underlayer tebal, terutama untuk area sirkulasi. Mengurangi bising akibat bunyi langkah kaki.
- Pelapisan dinding dengan *accoustic vinyl wall covering*, untuk peredaman pantulan bunyi lewat dinding .
- Penggunaan *accoustic perforated gypsum* untuk modul plafon, mengurangi pantulan bunyi lewat plafon, dan agar bising akibat getaran blower outlet AC dapat diredam.
- Mengganti *vertical blind* dengan jenis *textile* yang lebih empuk/tebal. Dapat juga mengganti *vertical blind* dengan korden biasa yang berkain tebal. Sehingga persebaran suara lewat pantulan dinding kaca dapat dikurangi. Hal ini juga akan membantu mengurangi masuknya bising latar dari luar jendela.

Kebisingan lalu lintas atau pesawat terbang dapat merusak kantor yang paling manis, sedangkan suara lembut jauh yang masuk lewat jendela dapat memberikan rasa konteks, waktu dan tempat yang berharga. Ketenangan di tempat kerja sebagian besar berasal dari tingkat-tingkat kebisingan rendah: karpet dan permukaan-permukaan penyerap lain, peralatan yang tenang, telpon yang hampir tidak berdering sampai tingkat tertentu suara mungkin tersamarkan oleh AC atau oleh “kebisingan putih” yang ditimbulkan secara visual, seperti sebuah kran di aula. Perancang interior harus memahami bagaimana pemilihan dan peletakan material-material pemantul dan penyerap suara dapat mempengaruhi kualitas akustik suatu ruang. Suara-suara yang tidak dikehendaki yang timbul dari luar dapat dikendalikan dalam tiga cara. Pertama, dikendalikan dengan mengisolasi suara tersebut pada sumbernya. Kedua, dengan menghilangkan denah bangunan sedemikian rupa sehingga daerah yang menimbulkan suara bising diletakkan sejauh mungkin dari



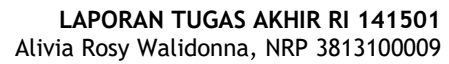
daerah yang tenang. Ketiga, dengan menghilangkan kemungkinan jalur rambatan suaranya melalui udara atau melalui struktur bangunan dimana suara bising dapat bergerak dari sumbernya ke dalam ruang. (Ching 309).



Gambar 2.6. Produk Peredam Panas dan Suara
<http://www.hiloninsulation.com/apakah-environmentally-friendly-insulation-itu/>

Material yang digunakan untuk insulasi bising didalam ruang interior coworking space adalah material yang sustainable. Salah satunya adalah material yang *environmentally friendly insulation*. *Environmentally friendly insulation* adalah suatu spesifikasi untuks sebuah produk yang ramah lingkungan, tidak berbahaya dan aman untuk digunakan. Dengan bahan yang seperti itulah kami mengaplikasikannya di hampir semua produk yang kami miliki. Tentu saja dengan bahan yang ramah lingkungan ini, tidak akan membuat lingkungan tercemar atau rusak karena efek dari produk insulasi yang digunakan.

Produk Sound Insulation adalah produk peredam suara yang bisa digunakan oleh siapapun. Insulasi ini bisa diaplikasikan pada dinding partisi ruang genzet, chiller, studio musik, ruang karaoke dan ruang-ruang lainnya yang menuntut ruang kedap suara.



Spesifikasi dari produk Hilon Insulation antara lain :

Gambar 2.7. Spesifikasi Hilon Insulation yang memenuhi kriteria minimal akustik interior kantor
<http://www.hiloninsulation.com/product-comparison/>

Furnitur adalah salah satu sarana fungsional yang menjadi pelengkap dan pengisi ruang dalam kaitannya dengan penciptaan suasana dan pemenuhan kebutuhan aktivitas pemakai. Furnitur harus bermanfaat dan memberikan nilai guna yang nyaman, serta memenuhi fungsi-fungsi khusus yang menyumbangkan karakter visual dari suatu tatanan interior. Perwujudan furnitur yang



sesuai dengan tuntutan profesi manusia dan kegiatan pekerjaannya sangat perlu diperhatikan, terkait dengan penciptaan sarana dan fasilitas yang mencerminkan kualitas ekspresi ruang interior. Tugas penting seorang desainer interior adalah mewujudkan suasana ruang yang diharapkan.



Gambar 2.8. Kursi

<http://www.interiorave.com/wp-content/uploads/2014/07/J1-Brochure-1.jpg>

Kursi merupakan suatu persoalan teknik yang sangat kompleks. Konsep *form follows function* menjadi sebuah ideologi yang mengikat dalam visualisasi desain mebel modern, yang menghubungkan antara aspek fungsional dengan aspek material dan aspek

ekonomi, sehingga bentuk-bentuk menjadi lebih sederhana.

Dalam kasus furniture pada coworking space ini, karena segmentasi pengguna merupakan pemuda usia 18-30 tahun yang memiliki mobilitas tinggi serta banyak tuntutan untuk inovatif dan produktif. Maka, kursi kerja yang diaplikasikan pertama akan memenuhi kebutuhan untuk duduk terlebih dahulu dengan menyesuaikan ergonomi. Untuk karakter “Muda” dapat diaplikasikan kedalam warna dan styling. Selain itu furniture yang digunakan dalam perancangan ini merupakan furniture dengan style modern. Sehingga

2.3.4. Pencahayaan

Ada 2 peranan cahaya bagi desain interior dan arsitektur, peranan pertama adalah secara fungsional untuk mengenali bangunan. Pada malam hari, kehadiran lampu akan membantu indera



penglihatan kita untuk mengidentifikasi benda-benda. Karena, tanpa cahaya, keunikan suatu arsitektur bangunan, unsure dekoratif pada elemen fasad, detail tekstur, ornament, dan warna bangunan akan hilang atau tidak tampak.

Peranan yang kedua adalah cahaya dapat meningkatkan kualitas estetika bangunan dan ruang. Detail dan elemen arsitektur serta ruang yang spesifik bisa ditonjolkan dengan jenis penerangan tertentu sehingga objek tersebut menjadi lebih indah dan dominan. Cahaya lampu dapat membuat nuansa dan karakter ruang yang diinginkan.

Berikut adalah beberapa standar pencahayaan yang diperlukan untuk ruang interior coworking space berdasarkan kebutuhan dan fungsi ruangnya.

Fungsi ruangan	Tingkat pencahayaan (Lux)	Kelompok renderasi warna	Temperatur warna		
			Warm white <3300 K	Cool white 3300 K-5300K	Daylight > 5300 K
Ruang Direktur	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang kerja	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang komputer	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang rapat	300	1	♦	♦	
Ruang gambar	750	1 atau 2		♦	♦
Gudang arsip	150	1 atau 2		♦	♦
Ruang arsip aktif	300	1 atau 2		♦	♦
Ruang pameran dengan obyek berukuran besar (misalnya mobil)	500	1	♦	♦	♦
Ruang kelas	250	1 atau 2		♦	♦
Perpustakaan	300	1 atau 2		♦	♦
Kantin	200	1	♦	♦	

Gambar 2.9. SNI Tingkat Pencahayaan Ruangan

<https://mmbeling.files.wordpress.com/2008/09/sni-03-6197-2000.pdf>

Pencahayaan alami siang hari harus memenuhi ketentuan sebagai berikut a) cahaya alami siang hari harus dimanfaatkan sebaik-baiknya; b) dalam pemanfaatan cahaya alami, masuknya radiasi matahari langsung ke dalam bangunan harus dibuat seminimal mungkin. Cahaya langit harus diutamakan dari pada cahaya matahari langsung; c) pencahayaan alami siang hari dalam



bangunan gedung harus memenuhi ketentuan SNI 03-2396-1991 tentang "Tata cara perancangan pencahayaan alami siang hari untuk rumah dan gedung"

2.3.5. Entrepreneur Muda

2.3.5.1. Entrepreneur

Entrepreneur adalah orang yang melakukan aktivitas wirausaha dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia entrepreneur didefinisikan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menyusun cara baru dalam berproduksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya. Jadi seorang entrepreneur harus memiliki kemampuan untuk berfikir kreatif serta imajinatif ketika ada sebuah peluang usaha dan bisnis baru. Namun disamping itu seorang entrepreneur harus dapat memberdayakan dirinya untuk kebaikan sekitarnya, bukan orang yang memanfaatkan sekitarnya untuk kepentingan dirinya.

2.3.5.2. Pemuda

Menurut Undang-Undang Nomor 40/2009 tentang kepemudaan membatasi *usia* pengurus aktif dalam organisasi kepemudaan mulai 16 hingga 30 Tahun. Pada usia ini, Pemuda dianggap generasi paling produktif dan visioner terhadap apa yang



akan dihadapi di masa mendatang. Memiliki pemikiran-pemikiran strategis, aktif.

Berdasarkan hasil Sensus Badan Pusat Statistik (BPS) 2010 jumlah penduduk Indonesia yang berusia 16-30 tahun berjumlah 62 juta. Dengan redefinisi usia pemuda ini diharapkan peran aktif pemuda semakin optimal dalam estafet proses kepemimpinan bangsa di segala bidang.

Pemerintah Indonesia juga turut mengambil andil dalam penyelenggaraan kegiatan-kegiatan produktif pemuda seperti bidang keolahragaan dan kewirausahaan.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, Entrepreneur Muda adalah kelompok usia 16-30 Tahun yang melakukan aktivitas wirausaha.

2.3.5.3.Karakteristik Entrepreneur Muda

1. Keinginan untuk preferensi tanggung jawab atas risiko yang lebih besar, wirausahawan tidak mengambil risiko secara liar melainkan memperhitungkan terlebih dahulu risiko yang akan diambil;
2. Keyakinan akan kemampuan mereka untuk berhasil. Biasanya memiliki kepercayaan diri terhadap kemampuan mereka untuk berhasil;
3. Tingkat tinggi energi, lebih energik, kreatif dan inovatif daripada rata-rata orang;
4. Orientasi terhadap masa depan. Berorientasi pada masa depan, wirausahawan kurang peduli dengan apa yang telah mereka lakukan kemarin



dibandingkan dengan apa yang akan mereka lakukan besok;

5. Keahlian dalam pengorganisasian, tahu bagaimana menempatkan orang yang tepat di tempat yang tepat;
6. Secara efektif menciptakan sinergi antara orang dan pekerjaan, sehingga memungkinkan wirausahawan untuk mewujudkan visi mereka menjadi kenyataan;
7. Nilai prestasi atas uang.

2.3.5.4. Faktor adanya Fenomena Entrepreneur Muda

Menurut Saifudin (2002), faktor pemicu kewirausahaan ditentukan oleh “*property light*”, *competency incentives*, dan *environment*. Sedangkan menurut Kuncara (2008:1) faktor pendorong kewirausahaan terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

2.3.5.4.1. Faktor Internal

Faktor internal, yaitu kecakapan pribadi yang menyangkut soal bagaimana kita mengelola diri sendiri. Kecakapan pribadi seseorang terdiri atas 3 unsur terpenting, yaitu: (1) Kesadaran diri. Ini menyangkut kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan efeknya, mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri, dan keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri atau percaya diri. (2) Pengaturan diri. Ini menyangkut kemampuan mengelola emosi-emosi dan desakan-desakan yang merusak, memelihara norma kejujuran dan



integritas, bertanggung jawab atas kinerja pribadi, keluwesan dalam menghadapi perubahan, dan mudah menerima atau terbuka terhadap gagasan, pendekatan dan informasi-informasi baru. (3) Motivasi. Ini menyangkut dorongan prestasi untuk menjadi lebih baik, komitmen, inisiatif untuk memanfaatkan kesempatan, dan optimisme dalam menghadapi halangan dan kegagalan.

2.3.5.4.2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal, yaitu kecakapan sosial yang menyangkut soal bagaimana kita menangani suatu hubungan. kecakapan sosial seseorang terdiri atas 2 unsur terpenting, yaitu: (1) Empati. Ini menyangkut kemampuan untuk memahami orang lain, perspektif orang lain, dan berminat terhadap kepentingan orang lain. Juga kemampuan mengantisipasi, mengenali, dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan. Mengatasi keragaman dalam membina pergaulan, mengembangkan orang lain, dan kemampuan membaca arus-arus emosi sebuah kelompok dan hubungannya dengan kekuasaan, juga tercakup didalamnya. (2) Keterampilan sosial. Termasuk dalam hal ini adalah taktik-taktik untuk meyakinkan orang (persuasi), berkomunikasi secara jelas



dan meyakinkan, membangkitkan inspirasi dan memandu kelompok, memulai dan mengelola perubahan, bernegosiasi dan mengatasi silang pendapat, bekerja sama untuk tujuan bersama, dan menciptakan sinergi kelompok dalam memperjuangkan kepentingan bersama.

Menurut Timmons (2008:40), wirausahawan harus menjauhi arena persaingan yang sekiranya tidak menguntungkan dirinya, atau memanfaatkan potensi yang ada secara kreatif untuk menghasilkan kompetensi. Berusaha menciptakan pertambahan nilai perusahaan yang disertai aliran arus kas yang tidak terputus, sehingga menarik minat perusahaan modal untuk berinvestasi. Menurut Timmons, saat ini terjadi kecenderungan di mana wirausahawan yang telah sukses membawa pengalaman, pengetahuan, dan keterampilan yang menjadi nilai tambah untuk menjadi investor terhadap perusahaan pemula yang berpotensi tinggi.

2.3.5.5.Faktor yang berperan dalam kesuksesan suatu usaha

Menurut Kuncara (2008:3-4) kunci sukses seorang pengusaha di dalam memenangkan pasar adalah kekuatan peranan dalam berinovasi dan menciptakan ide-ide brilian dalam menembus *market share*. Inovasi bukanlah berarti menciptakan sebuah produk baru. Inovasi dapat berwujud apa saja, mulai dari, baik dalam bentuk jasa maupun produk. Inovasi juga bisa dilakukan dengan mengamati produk atau jasa yang sudah ada, kemudian melakukan modifikasi untuk membuat hasil yang lebih baik. Atau dari modifikasi tersebut akan



melahirkan sebuah produk baru lagi. Salah satu metode inovasi adalah ala Jepang, yaitu dengan prinsip ATM; Amati Tiru Modifikasi.

Untuk menjadi wirausaha sukses dan tangguh melalui inovasi, maka harus menerapkan beberapa hal berikut:

1. Seorang wirausaha harus mampu beripikir secara Kreatif, yaitu dengan berani keluar dari kerangka bisnis yang sudah ada. Untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik;
2. Seorang wirausaha juga harus bisa membaca arah perkembangan dunia usaha. Misalnya, saat ini sedang maraknya penggunaan Teknologi Informasi dalam dunia bisnis;
3. Seorang wirausaha harus dapat menunjukkan nilai lebih dari produk yang dimilikinya, agar konsumen tidak merasa produk yang ditawarkan terlalu mahal;
4. Seorang wirausaha perlu menumbuhkan sebuah kerjasama tim, sikap leadership, kebersamaan dan membangun hubungan yang baik dengan karyawannya;
5. Seorang wirausaha harus mampu membangun *personal approach* yang baik dengan lingkungan sekitarnya dan tidak cepat berpuas diri dengan apa yang telah diraihny;
6. Seorang wirausaha harus selalu meng-*upgrade* ilmu yang dimilikinya untuk meningkatkan hasil usaha yang dijalankannya. Hal ini dapat ditempuhnya dengan cara membaca buku-buku, artikel, internet, ataupun bertanya pada yang ahlinya;
7. Seorang wirausaha harus bisa menjawab tantangan masa depan dan mampu menjalankan konsep manajemen dan teknologi informasi. Hal ini bertujuan untuk mempelajari segala situasi bisnis atau usaha yang cepat berkembang



dan berubah sangat cepat. Untuk itu perlunya daya kreativitas yang tinggi, analisis yang baik, intuisi yang tajam, kemampuan *networking* yang mendukung, serta strategi jitu dalam memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya.

2.3.6. Wayfinding

Wayfinding Secara etimologi, istilah *wayfinding* terdiri dari dua kata, yaitu *way* dan *find*. Menurut www.dictionary.com, salah satu pengertian kata *way* adalah “*a direction or vicinity; a path or course leading from one place to another*” suatu arah, suatu jalan yang menuntun dari satu tempat ke tempat lain. Sedangkan kata *find* merupakan kata kerja dari kegiatan menemukan atau menempatkan, “*to locate, attain, or obtain by search or effort*”. Secara sekilas *wayfinding* dapat diartikan sebagai penemuan arah dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat beberapa pandangan yang dikemukakan para ahli mengenai definisi *wayfinding*. Menurut Bell et al. (2001) *wayfinding* adalah proses manusia bernavigasi dengan sesungguhnya di lingkungan. Pandangan yang mengemukakan *wayfinding* sebagai suatu proses juga diungkapkan oleh Mathy bahwa *wayfinding* merupakan proses menemui sebanyak-banyaknya posisi yang diperlukan seseorang untuk mengkonstitusi suatu medan, “*This is the process of „visiting in turn all, or most, of the positins one takes to constitute the field... [covering] descriptively as much of the terrain as possible, exploring it on foot rather than looking down at it from an air plane*” (Pile & Thrift, 1995, p.1). Craig Zimring menyatakan bahwa *wayfinding* adalah tingkah laku aktual manusia dalam rangka mencari suatu lokasi yang penting dalam lingkungannya. (Dewati, 1999, p.4). Downs & Stea serta Evans melihat *wayfinding* sebagai fungsi adaptif yang memperkenalkan kita bergerak dalam lingkungan secara efisien untuk menemukan sesuatu yang berharga seperti



makanan, naungan, atau tempat berkumpul dalam lingkungan, “*wayfinding is the adaptive function that allows us to move through an environment effeciently to locate valuable items...*” (Bell et al., 2001, p.69).

Namun *wayfinding* juga bukan hanya mencari lokasi penting atau menemukan sesuatu yang berharga, seperti dinyatakan dalam wikipedia bahwa *wayfinding* meliputi segala cara dimana manusia dan hewan mengorientasikan diri mereka dalam ruang fisik dan bernavigasi dari satu tempat ke tempat lain. “*Wayfinding encompasses all of the ways in which people and animals orient themselves in physical space and navigate from place to place.*” (wikipedia, 2010, par.1) Dari sini *wayfinding* dapat saya simpulkan sebagai suatu proses manusia bernavigasi dan mengorientasikan diri dalam ruang fisik. Proses tersebut mencakup usaha manusia memperoleh, menetapkan, dan menemukan serangkaian jalur yang akan dilalui untuk berangkat dari satu tempat menuju ke tempat lain.

Wayfinding memiliki arti sebagai pencari jalan untuk sampai ke tempat yang di inginkan, yang dimana tujuan dari *wayfinding* itu sendiri adalah untuk membantu audiens mencari jalannya. *Wayfinding* ditempatkan kepada setiap sudut jalan agar dapat memudahkan audiens untuk menentukan jalannya, terutama bagi para penyandang cacat mungkin akan sedikit lebih susah jika tanpa dipandu dengan adanya *wayfinding*. Jadi, tujuan utama dari *wayfinding* adalah untuk membantu orang dengan gangguan sensorik dan orang yang susah untuk beradaptasi dengan lingkungan, yang dimana orang tersebut tidak muda untuk menghafal sebuah jalan untuk menuju ke suatu tempat. Pada area luar museum *wayfinding* bertujuan untuk mengalur arus pengunjung sehingga informasi yang disampaikan IGD dapat tersampaikan secara maksimal kepada pengunjung.

Dimensi huruf pada papan petunjuk juga memiliki beberapa ketentuan yaitu :



- Tinggi huruf yang digunakan adalah antara 1,5 cm sampai dengan 5 cm, kecuali jarak pandang lebih dari 500 cm ;
- Perbandingan lebar dengan tinggi huruf adalah antara 55% sampai 110% ;
- Ketebalan garis pembentuk huruf antara 10% sampai 15% dari ketinggian huruf;
- Jarak antar huruf adalah 0,3 cm sampai dengan 1 cm. Kecuali jarak antara dua huruf yang melengkung atau menyerong, memiliki jarak 0,15 cm;
- Jarak spasi antar baris kata atau kalimat adalah 35%-70% dari ketinggian huruf

Penggunaan warna memiliki ketentuan sebagai berikut :

- Pemilihan warna untuk wayfinding harus memperhatikan kekontrasan huruf dengan bidang latarnya, tingkat kekontrasan tidak boleh kurang dari 70 %. Kombinasi warna tulisan dengan latar juga didasarkan pada kemampuan penderita buta warna. Penderita buta warna biasanya tidak dapat membedakan salah satu dari ketiga warna yaitu warna merah, hijau dan biru sehingga perpaduan antara ketiga warna tersebut sebaiknya dihindari;
- Penggunaan warna pada bidang latar yang menyilaukan atau mengkilap dihindari;

Pemilihan huruf, jenis huruf yang disarankan untuk digunakan pada wayfinding signage memiliki ketentuan sebagai berikut :

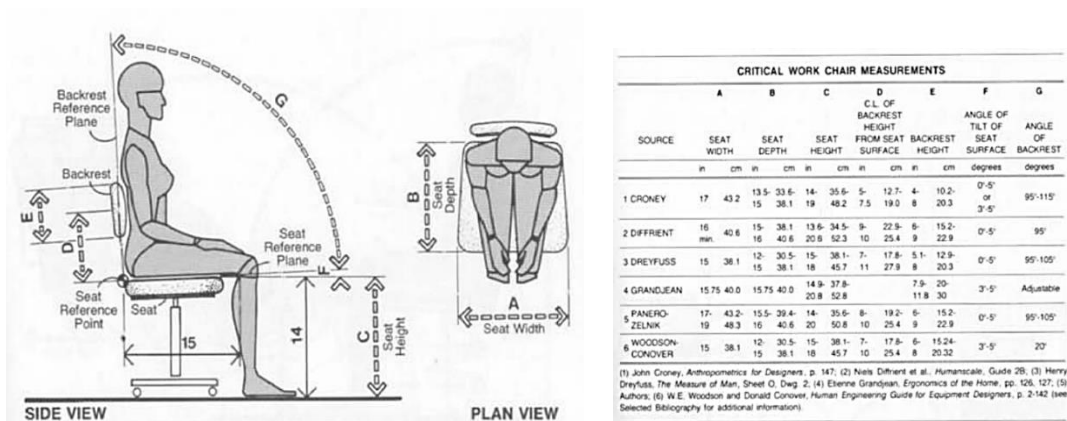
- Huruf yang disarankan adalah huruf sans serif (huruf tanpa tangkai). Huruf sans serif lebih dapat dibedakan tiap karakternya karena terdapat batas yang jelas antar huruf dibandingkan dengan huruf serif yang memiliki tangkai dan memiliki kesan menyambung antara satu huruf dengan huruf yang lain.

2.4. Studi Anthropometri

Antropometri adalah studi yang berkaitan dengan pengukuran dimensi tubuh manusia. Bidang antropometri meliputi berbagai ukuran tubuh manusia seperti berat badan, posisi ketika berdiri, ketika merentangkan tangan, lingkaran tubuh, panjang tungkai, dan sebagainya.

Berikut adalah beberapa studi antropometri yang diperlukan untuk objek Tugas Akhir yakni coworking space :

2.4.1. Antropometri Kursi Kerja

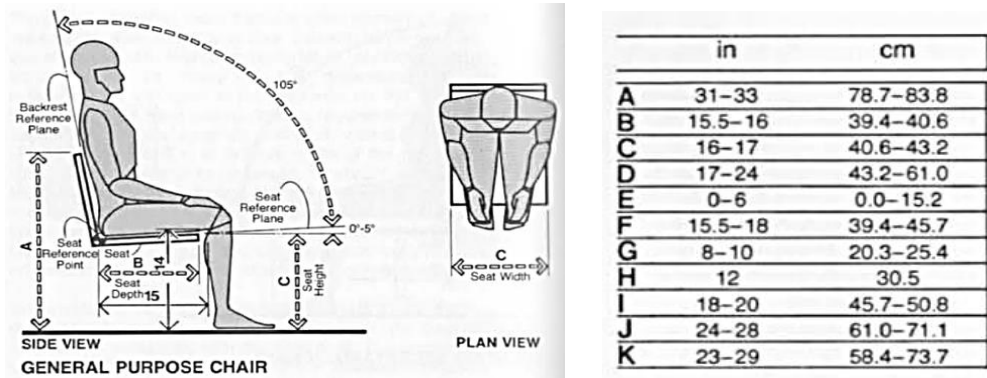


Gambar 2.10. Critical Work Chair Measurement

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

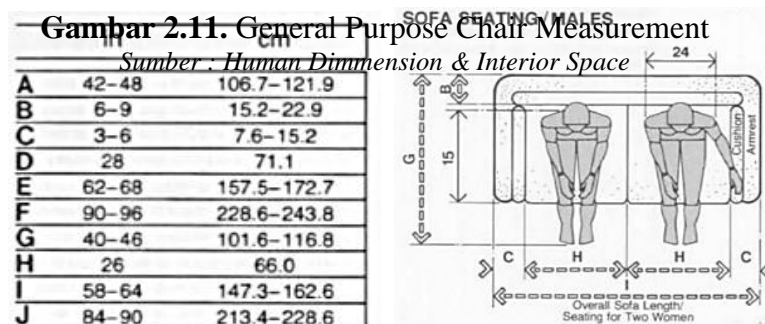
Dalam perencanaan layout coworking space diperlukan data antropometri mengenai kursi kerja seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.6. Pada Gambar 2.6. dibutuhkan standar ukuran antropometri kursi untuk workstation dengan lebar sekitar 43 – 48 cm.

2.5.2. Antropometri Kursi untuk Kepentingan Umum



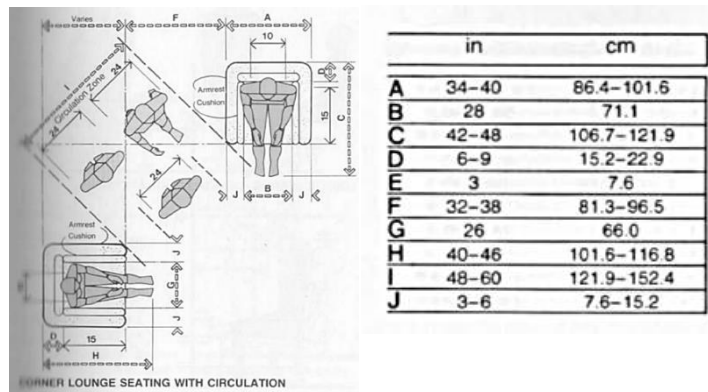
Didalam perencanaan coworking space ada beberapa komponen kursi yang digunakan untuk umum. Sehingga sesuai pada gambar 2.7. dibutuhkan kursi dengan lebar minimal 40.6 – 43.2 cm .

2.4.3. Antropometri Sofa Duduk dan sirkulasi



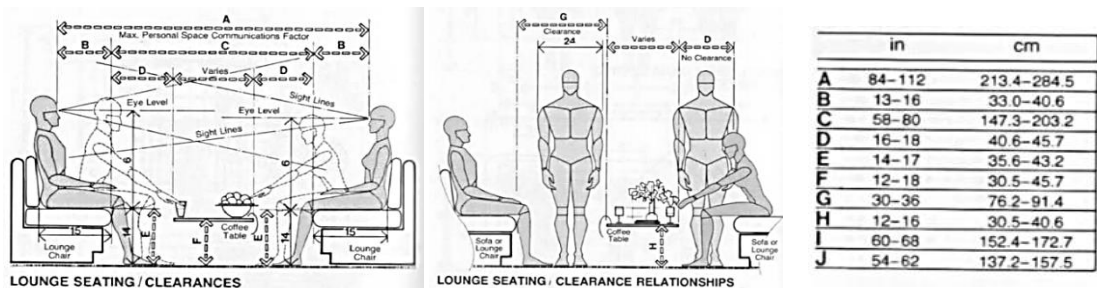
Gambar 2.12. Antopometri Sofa Duduk
Sumber : Human Dimmension & Interior Space

Dibutuhkan data antropometri sofa untuk beberapa spot di perencaaan layout coworking space. Sehingga sesuai pada gambar 2.8. dibutuhkan dimensi sofa dengan lebar minimal 86.4 – 101.6 cm untuk ukuran sofa single(satu orang), dan 121.9 – 152.4 cm untuk sofa double(dua orang).



Gambar 2.13. Sirkulasi Lounge
Sumber : Human Dimmension & Interior Space

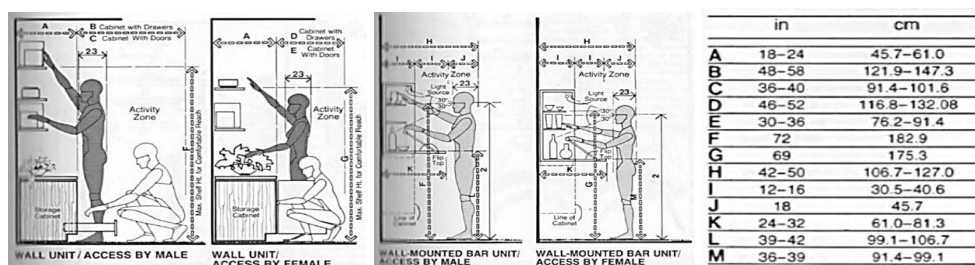
Sedangkan zona sirkulasi yang dibutuhkan adalah sekitar 121.9 – 152.4 cm antar sofanya.



Gambar 2.14. Sirkulasi Lounge
Sumber : Human Dimmension & Interior Space

Ada beberapa setting antropometri untuk sirkulasi yang memungkinkan untuk terjadi di perencanaan layout coworking space seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.10.

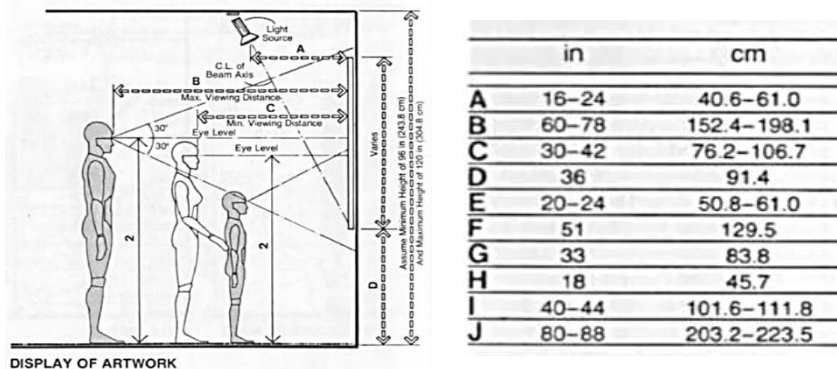
2.4.4. Antropometri Akses Unit yang Berada di Dinding



Gambar 2.15. Antropometri Jangkauan Unit Dinding
Sumber : Human Dimmension & Interior Space



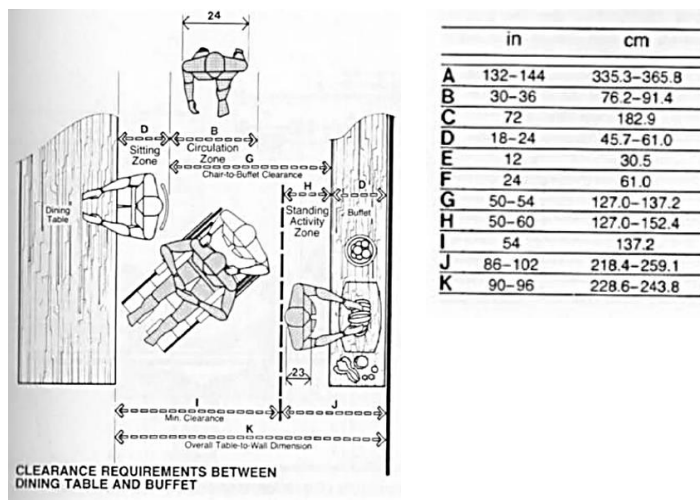
2.4.5. Antropometri Display Artwork



Gambar 2.16. Antropometri Jangkauan Display

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

2.4.6. Antropometri Sirkulasi Meja Makan dan Buffet

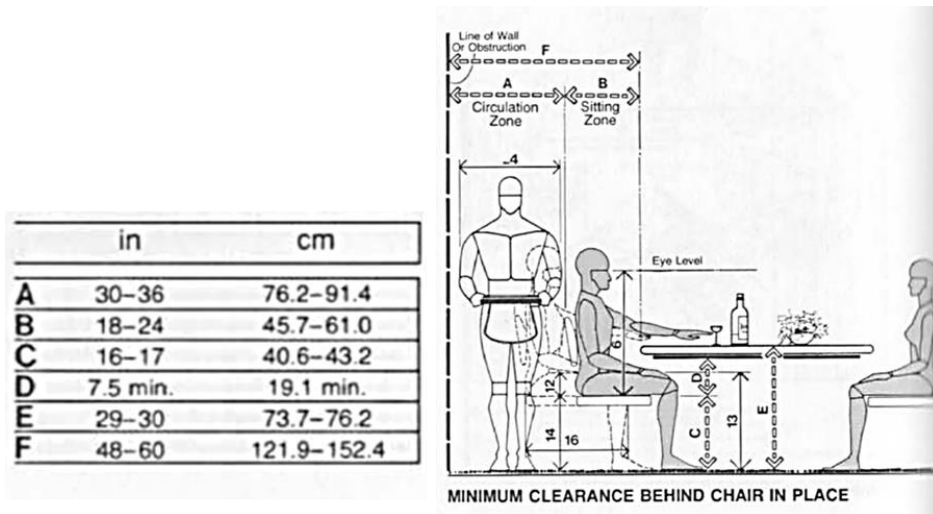


Gambar 2.17. Antropometri Sirkulasi Meja Makan

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

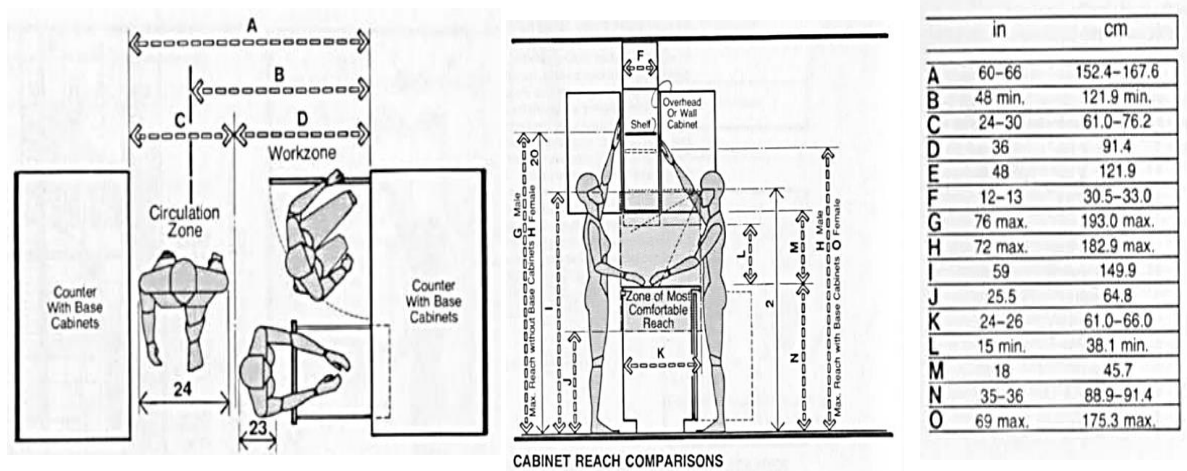


2.4.7. Antropometri Jangkauan Akses Kabinet



Gambar 2.18. Antropometri Sirkulasi Meja Makan

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

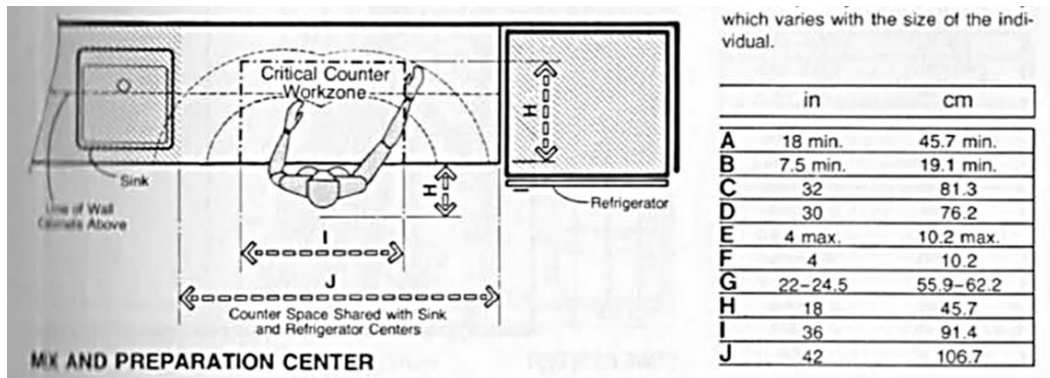


Gambar 2.19. Antropometri Jangkauan Akses Kabinet & Sirkulasi

Sumber : Human Dimmension & Interior Space



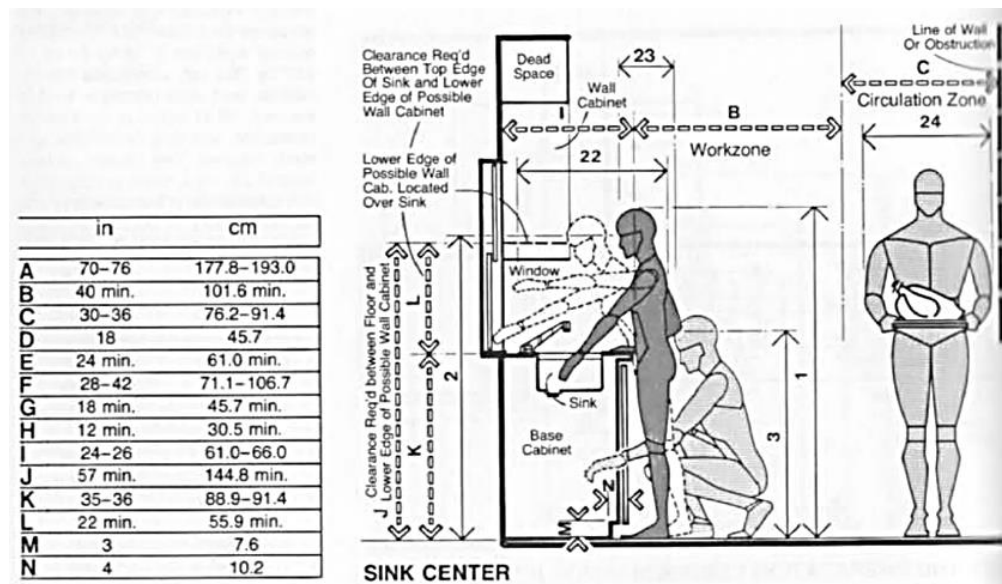
2.4.8. Antropometri Meja Pantry



Gambar 2.20. Antropometri Meja Pantry

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

2.5.9. Antropometri Sink

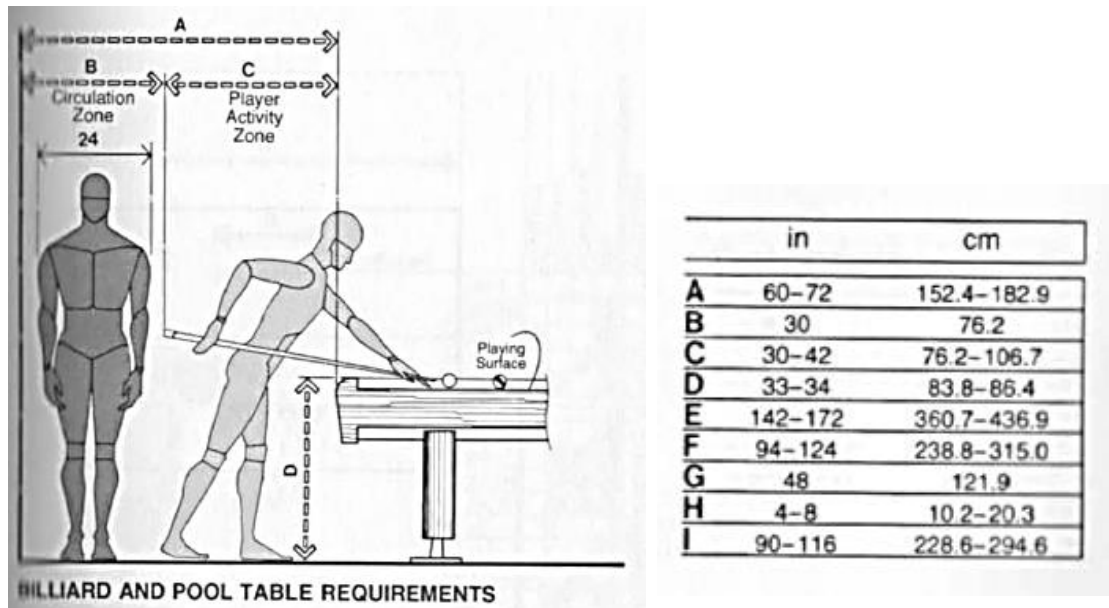


Gambar 2.21. Antropometri Jangkauan Sink

Sumber : Human Dimmension & Interior Space

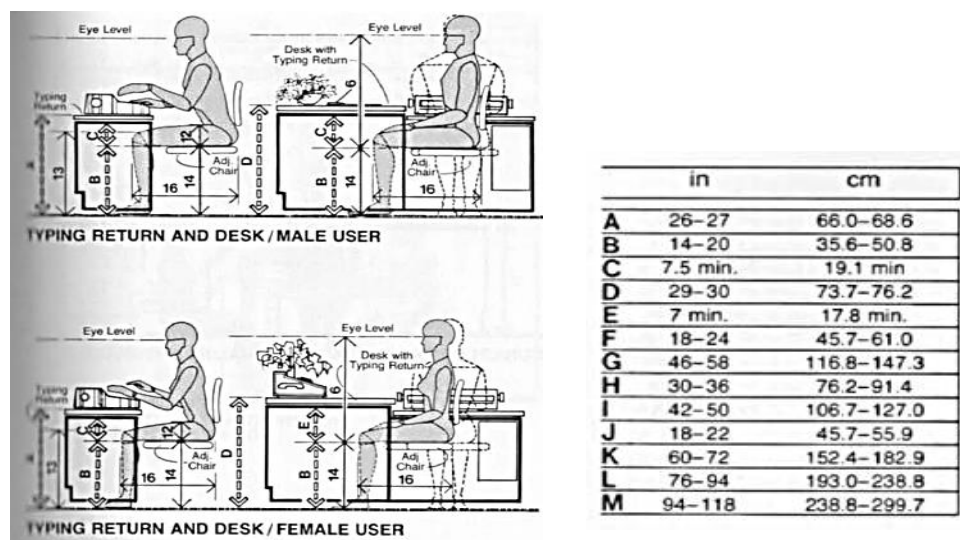


2.4.10. Antropometri Meja Billiard

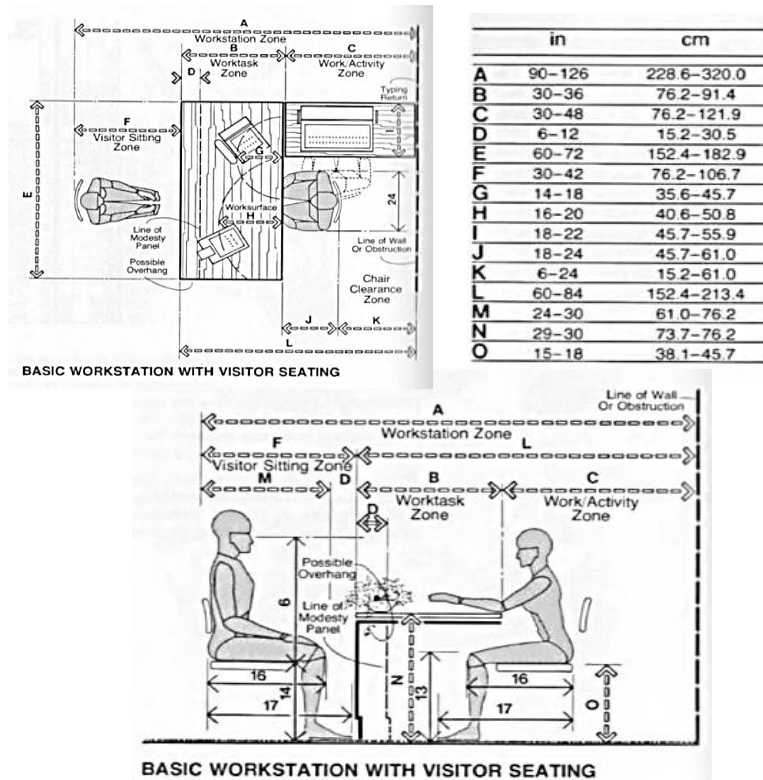


Gambar 2.18. Antropometri Meja Billiard
Sumber : Human Dimmension & Interior Space

2.4.11. Antropometri Meja Kerja/Workstation



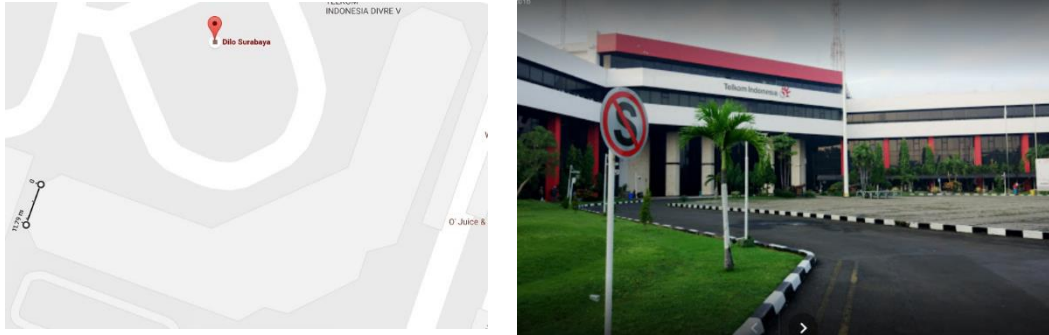
Gambar 2.19. Antropometri Jangkauan Meja Kerja/Workstation
Sumber : Human Dimmension & Interior Space



Gambar 2.24. Antropometri Jangkauan *Workstation*
Sumber : Human Dimmension & Interior Space

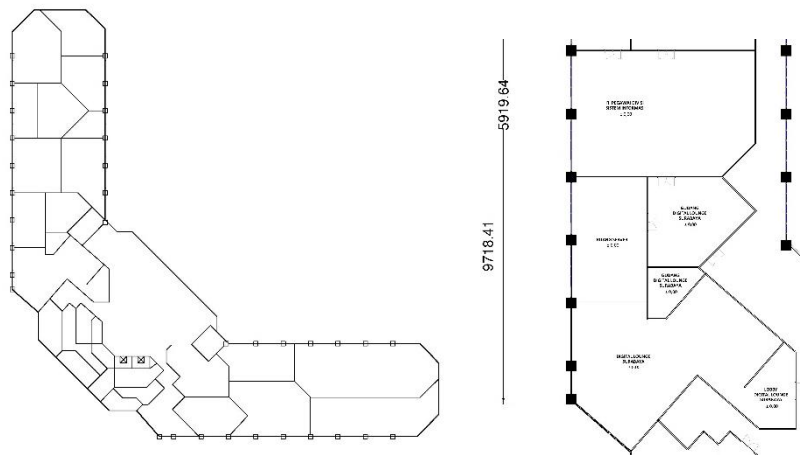
2.5. Studi Eksisting

Studi eksisting objek perancangan Tugas Akhir adalah Telkom Indonesia Divisi Regional V Jl Ketintang No 156 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia



Gambar 2.25. Eksisting DiLo Surabaya

Sumber : Google Maps & Earth



Gambar 2.26. Eksisting DiLo Surabaya

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 2.27. Logo DiLo & Telkom Indonesia

Sumber : Dokumentasi Penulis



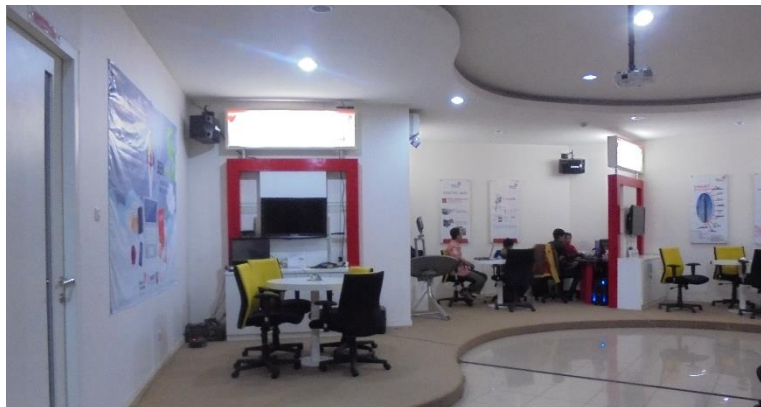
2.6.1. Deskripsi Eksisting Obyek Perancangan

DiLo Surabaya, bertempat di Telkom Indonesia Divisi Regional V Jl Ketintang No 156 Surabaya sebuah Creative Camp yang dikembangkan oleh MIKTI bekerja sama dengan Telkom, sebagai pusat interaksi peminat dan pelaku industri kreatif digital di kota Surabaya yang bertujuan menciptakan bibit-bibit Digital Preneur yang selanjutnya siap masuk ke industri (Creative Center). Didalam Creative Camp, komunitas kreatif digital akan diberikan pemahaman mengenai arah yang sebaiknya dilalui untuk masuk ke industri kreatif digital, termasuk arah sektor industri yang potensial untuk dijalani.

DiLo Surabaya merupakan penyedia coworking space gratis dan terbuka untuk masyarakat yang masih dalam naungan PT Telkom Indonesia (Persero).

2.5.2. Fasilitas Pendukung Eksisting Obyek Perancangan

2.5.2.1. Coworking Space



Gambar 2.28. Eksisting Coworking Space

Sumber : Dokumentasi Penulis

DiLo Surabaya menyediakan fasilitas kerja yang nyaman dengan akses internet yang cepat dan menampung cukup banyak developer.

Kelebihan : Pencahayaan pada ruangan cukup dan standar sirkulasi sangat memadai. Furniture sesuai dengan standar ergonomi desain kursi untuk workstation.

Kekurangan : Penataan furniture masih kurang, tidak ada ruangan khusus untuk administrator Digital Lounge Surabaya. Loker tidak difungsikan dengan baik dan letak sangat jauh dari workspace.

2.5.2.2. Classroom



DiLo

Gambar 2.29. Eksisting Classroom
Sumber : Dokumentasi Penulis

Surabaya

menyediakan

ruangOruang kelas yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai training dan workshop berdasarkan penjadwalan yang dilakukan

Kelebihan : Terdapat fasilitas yang memadai untuk workshop, seperti LCD dengan jarak pandang yang standar

Kekurangan : Tempat classroom cenderung dipaksakan ada didalam ruangan dan mengganggu aktifitas coworker lainnya.



2.5.2.3. Meeting Room



Gambar 2.30. Eksisting Meeting Room

Sumber : Dokumentasi Penulis

DiLo Surabaya menyediakan tempat untuk melakukan pertemuan sesama startup untuk mendiskusikan materi-materi tentang aplikasi yang akan dibuat, juga sebagai sharing knowledge produk

Kelebihan : Pencahayaan yang cukup

Kekurangan : Belum ada meja standar untuk meeting dan kurang terprivasi dengan belum adanya batas dengan ruang lain. Peletakan loker sangat mengganggu sirkulasi karena seharusnya loker difungsikan untuk workspace.

2.5.2.4. Lobby



Gambar 2.31. Eksisting Lobby

Sumber : Dokumentasi Penulis



Lobby di DiLo Surabaya difungsikan untuk tempat registrasi dan mengisi buku tamu.

Kelebihan : Ada furniture standar seperti tempat duduk untuk menunggu, dan televisi

Kekurangan : Banyak brosur yang diletakkan di atas meja lobby dan mengganggu estetika ruangan. Pencahayaan di lobby gelap.

2.5.3. Aktifitas Eksisting Obyek Perancangan

2.5.3.1. Workshop/Training Teknis

2.5.3.2. Workshop/Training Desain

2.5.3.3. Workshop/Training Manajemen

2.5.3.4. Business Matchmaking

2.5.3.5. Business Gathering

2.5.3.6. Kompetisi Lokal

2.5.4. Aturan Pengguna DiLo Surabaya

2.5.4.1. Apabila ingin booking tempat untuk bekerja (coworking) wajib konfirmasi kepada administrator di DiLo Surabaya;

2.5.4.2. Apabila ingin booking tempat untuk event workshop wajib konfirmasi kepada administrator di DiLo Surabaya dan membayar uang kebersihan sebesar Rp 100.000,00 (seratus ribu rupiah);

2.5.4.3. Pengguna harus bekerjasama untuk menjaga kebersihan yang ada selama beraktifitas di DiLo Surabaya.

2.5.5. Studi Pengguna(Keseluruhan)



Tabel 2.1. Studi Pengguna Keseluruhan

No	Pengguna	Jumlah	Keterangan/Jobdesc
1	Administrator	3	<ul style="list-style-type: none"> • Membersihkan keseluruhan ruangan dan merawat inventaris DiLo Surabaya • Mengatur jadwal pemakaian meeting room, kunjungan dan workshop • Mengatur semua social media yang digunakan sebagai media marketing setiap kegiatan yang ada di DiLo Surabaya
2	Coworker	7 Startup (maks. 5 orang/startup)	
	CEO		<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur & mengawasi jalannya perusahaan.
	Hustler		<ul style="list-style-type: none"> • Menjalankan perusahaan dan memegang kuasa dalam bidang pemasaran
	Hipster		<ul style="list-style-type: none"> • Bertugas untuk membuat design sprint, user interface, user experience dalam perusahaan
	Hacker		<ul style="list-style-type: none"> • Bertugas untuk membuat program dan test run program
3	Investor	-	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki kewenangan untuk menjadi penasehat utama dalam sebuah perusahaan yang di investnya • Membimbing perusahaan yang diinvestnya agar terus berkembang
4	Peserta Workshop	Maksimal 32	<ul style="list-style-type: none"> • Workshop diadakan rutin selama minimal seminggu sekali secara free maupun berbayar
5	Klien	-	

2.6. Studi Pemandangan 1

Studi pemandangan dari obyek perancangan desain interior pada mata kuliah ini adalah SUB CO Tierra



Gambar 2.32. Suasana Lobby SUB CO Tierra
Sumber : www.instagram.com

Nama Studi Obyek Pemandangan	: SUB CO Tierra
Lokasi	: Jl Darmo Harapan V No 1, Surabaya
Jam Buka	: 9.00 – 21.00
Telepon	: 031 – 7382108

SUB CO Tierra merupakan coworking space yang berbasis di Surabaya Barat dan dibawah kelola dari Ciputra Property. Karena dikelola oleh sector swasta, coworking space ini berbayar. Segmentasi pasar dari pengguna SUB CO adalah menengah keatas dilihat dari harga yang dipatok dan demografi lokasi yang terletak di lingkungan elit Surabaya Barat.

Style desain yang digunakan oleh SUB CO Tierra adalah Modern Industrial. Dapat dilihat dari material-material dan warna yang digunakan. Material yang digunakan adalah pipa-pipa yang dicat hitam doff, plafon yang ekspos dengan warna hitam dan lampu-lampu yang dibiarkan menggantung dengan kabel hitam. Furniture-furniture yang



digunakan merupakan bentukan-bentukan sederhana yang menandakan style modern.



Gambar 2.33. Suasana Coworking SUB CO Tierra
Sumber : www.instagram.com

SUB CO Tierra juga menawarkan beberapa pilihan untuk penggunaanya, antara lain private office dengan ukuran yang beraneka ragam dengan kisaran harga Rp 1.000.000,00 – Rp 2.500.000,00, Coworking Space dengan kisaran perbulan Rp 350.000,00 - Rp 800.000,00. Fasilitas pendukung yang disediakan antara lain pantry, fast access wifi, Meeting Room, mesin fotocopy, faximile, alamat kantor dan telepon.

Kelebihan dari workspace yang ada di SUB CO Tierra antara lain : Pencahayaan yang banyak menggunakan cahaya alami dengan konsep open space, terdapat beberapa spot workspace dengan nuansa semi-outdoor dan lesehan. Ada juga beberapa permainan seperti meja bilyard dan papan sepak bola. Meeting Room juga diletakkan didaerah workspace. Workshop SUB CO Tierra diletakkan terpisah dengan workspace. Terdapat fasilitas loker didekat pintu masuk utama.

Kekurangan dari workspace yang ada di SUB CO Tierra antara lain : furniture yang digunakan kurang standar workspace sehingga terlihat kurang ergonomis. Ruang rekreasi dan istirahat seperti pantry, meja bilyard dan papan sepakbola kurang diletakkan jauh dari workspace.

2.7. Studi Pemodelan 2



Gambar 2.34. Harvard Innovation Lab
Sumber : www.i-lab.harvard.edu

Nama Studi Obyek Pemodelan : Harvard Innovation Labs

Lokasi : Batten Hall,, 125 Western Ave,
Allston, MA, 02134, USA

Jam Buka : 9.00 – 21.00

Dilaunching pada November 2011, Harvard Innovation Lab (i-lab) adalah sebuah fasilitas bagi seluruh mahasiswa Harvard yang memiliki ketertarikan di bidang entrepreneurship & inovasi. Program dari i-lab adalah untuk membantu mahasiswa mengembangkan bisnisnya sesuai tingkatan dan dari background manapun.

Harvard memfasilitasi mahasiswanya dengan beberapa fasilitas penunjang didalam i-lab antara lain : 1) Shared coworking space; 2) Private Workshop; 3) Industr-specific roundtables; 4) Mentor-matching Program; 5) Founder Dinners with visiting entrepreneurs; 6) Exclusive Office Hours with guest Experts; 7) i-lab staff advisor; 8) Technical resouces including hosting credits; 8) Access to our maker space hardware lab. Untuk menggunakan fasilitas di I-Lab tersebut mahasiswa harus mendaftarkan diri terlebih dahulu untuk seleksi dalam program Harvard Life Lab & Harvard Launch Lab karena space didalamnya yang sangat terbatas dalam jangka waktu tertentu.



I-lab merupakan tempat umum, ruang kolaboratif yang memungkinkan semuaanggotanya untuk bergabung oleh karena itu Harvard tidak bertanggung jawab untuk keamanan didalamnya, termasuk barang-barang yang dibawa sepeerti personal computer, dan lainnya. I-lab juga menyediakan fasilitas video & audio recording untuk presentasi.

Kelebihan dari Harvard Innvoation lab ini adalah system manajerial yang sangat baik dan dapat mengantisipasi angkaa peminatan terhadap penggunaan i-lab dengan sistem seleksi yang sama dengan DiLo Surabaya.

Kekurangan dari Harvard Innovation Lab ini adalah, tidak ada fasilitas khusus untuk penyimpanan kecuali pada member VIP.

2.8. Studi Pembanding 3



Gambar 2.35. Impact Hub Singapore
Sumber : <http://singapore.impacthub.net/about>



Nama Studi Obyek Pembanding : The Impact Hub Singapore
Lokasi : 128 Prinsep Street, #01-01, 188655
Jam Buka : Member (24 jam), Visitors (9.00-18.00)

The Impact Hub Singapore adalah sebuah perusahaan berbasis komunitas yang memiliki visi untuk menciptakan komunitas entrepreneur terbesar di Asia yang didedikasikan untuk membentuk bisnis, masyarakat dan teknologi di masa depan. Impact Hub menjadi pioneer untuk coworking space berbasis komunitas di Singapura.

Beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh The Impact Hub Singapore apabila mendaftar untuk menjadi member antara lain : 1) Akses ke investor dan support pendanaan ; 2) Program mentoring bisnis dan coaching; 3) event gratis selama 15 bulan; 4) Akses ke jaringan internasional lebih dari 85 coworking di seluruh dunia; 5) Aktivitas regular komunitas tiap harinya; 6) publikasi di social media; 7) Bisnis support (fax, telp, copy); 8) Startup & Corporate Matching; 9) Area kerja.

Saat ini The Impact Hub Singapore memiliki lebih dari 600 komunitas, 40 mentor, 10 investor, dan 400 event. Ada beberapa pilihan untuk mendaftar menjadi member sesuai dengan jam yang disewa perbulannya.

Dengan berlangganan membership di Impact Hub Singapur, anggota juga mendapatkan kemudahan lain dan fasilitas diluar coworking space, seperti diskon belanja dan lainnya.

Klien dapat bertemu di meeting room yang dapat diboooking secara online melalui membership portal Impact Hub. Impact Hub juga memenuhi kebutuhan penggunanya dengan menyediakan quiet zone untuk mereka yang ingin fokus dalam bekerja.



STARTER	FLEXIBLE	FLEXIBLE	FLEXIBLE	FULL-TIME	FULL-TIME
CONNECT	WORK LITE	SECOND HOME <small>MOST POPULAR</small>	RESIDENT	NATIVE	TEAM ROOMS
\$85 /MTH	\$345 PRINSEP /MTH \$385 CUPPAGE /MTH	\$450 PRINSEP /MTH \$490 CUPPAGE /MTH	\$695 PRINSEP /MTH \$770 CUPPAGE /MTH	\$770 PRINSEP /MTH \$910 CUPPAGE /MTH	PRICE ON REQUEST (FOR 4-20 PAX) <small>AVAILABLE AT PRINSEP & CUPPAGE</small>
COMMUNITY PLAN	80 HOURS COWORK	120 HOURS COWORK	UNLIMITED COWORK	PERMANENT DESK	PRIVATE OFFICE
COMMUNITY & CONTENT	COMMUNITY & CONTENT	COMMUNITY & CONTENT	COMMUNITY & CONTENT	COMMUNITY & CONTENT	COMMUNITY & CONTENT
GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>	GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>	GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>	GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>	GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>	GLOBAL COMMUNITY ACCESS <small>NETWORK ACROSS 77 CITIES, 11,000 MEMBERS</small>
EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>	EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>	EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>	EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>	EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>	EXCLUSIVE EVENTS <small>PRIORITY BOOKING & SPECIAL RATES</small>
HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>	HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>	HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>	HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>	HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>	HUBPORTAL <small>NEW!</small> <small>MEMBERS DIRECTORY & E-SERVICES PLATFORM</small>
HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>	HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>	HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>	HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>	HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>	HUBBINGTON POST <small>NEW!</small> <small>THOUGHT LEADERSHIP COLLABORATION</small>
BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>	BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>	BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>	BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>	BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>	BUSINESS PERKS <small>UPGRADE!</small> <small>SHARED BUSINESS SERVICES</small>
FULL CAFE ACCESS	FULL CAFE ACCESS	FULL CAFE ACCESS	FULL CAFE ACCESS	FULL CAFE ACCESS	FULL CAFE ACCESS
REGIONAL COWORKING PASS	REGIONAL COWORKING PASS	REGIONAL COWORKING PASS	REGIONAL COWORKING PASS	REGIONAL COWORKING PASS	REGIONAL COWORKING PASS
6 MTHS: \$250 (SAVE \$240) 12 MTHS: \$350 (SAVE \$470)					
DID YOU KNOW? <small>IF YOU NEED A SPACE TO WORK, YOU CAN BUY A DISCOUNTED HUB COWORKING PASS INSTANTLY VIA HUBPORTAL!</small>					
	WORKSPACE	WORKSPACE	WORKSPACE	WORKSPACE	WORKSPACE
	SUPERFAST WIFI <small>UPGRADE!</small>	SUPERFAST WIFI <small>UPGRADE!</small>	SUPERFAST WIFI <small>UPGRADE!</small>	SUPERFAST WIFI <small>UPGRADE!</small>	SUPERFAST WIFI <small>UPGRADE!</small>
	ERGONOMIC FURNITURE <small>HAWORTH DESK & CHAIRS, COMFY LOUNGES</small>	ERGONOMIC FURNITURE <small>HAWORTH DESK & CHAIRS, COMFY LOUNGES</small>	ERGONOMIC FURNITURE <small>HAWORTH DESK & CHAIRS, COMFY LOUNGES</small>	ERGONOMIC FURNITURE <small>HAWORTH DESK & CHAIRS, COMFY LOUNGES</small>	ERGONOMIC FURNITURE <small>HAWORTH DESK & CHAIRS, COMFY LOUNGES</small>
	FREE MEETING ROOM <small>COMPLIMENTARY 2 HOURS/MONTH</small>	FREE MEETING ROOM <small>COMPLIMENTARY 2 HOURS/MONTH</small>	FREE MEETING ROOM <small>COMPLIMENTARY 2 HOURS/MONTH</small>	FREE MEETING ROOM <small>COMPLIMENTARY 2 HOURS/MONTH</small>	FREE MEETING ROOM <small>COMPLIMENTARY 2 HOURS/MONTH</small>
	REGISTERED BUSINESS ADD. <small>MAILING ADDRESS & SHARED MAILBOX</small>	REGISTERED BUSINESS ADD. <small>MAILING ADDRESS & SHARED MAILBOX</small>	REGISTERED BUSINESS ADD. <small>MAILING ADDRESS & SHARED MAILBOX</small>	REGISTERED BUSINESS ADD. <small>MAILING ADDRESS & SHARED MAILBOX</small>	REGISTERED BUSINESS ADD. <small>MAILING ADDRESS & SHARED MAILBOX</small>
	PERSONAL MAILBOX <small>UPGRADE!</small>	PERSONAL MAILBOX <small>UPGRADE!</small>	PERSONAL MAILBOX <small>UPGRADE!</small>	PERSONAL MAILBOX <small>UPGRADE!</small>	PERSONAL MAILBOX <small>UPGRADE!</small>
	LOCKER STORAGE	LOCKER STORAGE	LOCKER STORAGE	LOCKER STORAGE	LOCKER STORAGE
	DEDICATED WORKSPACE <small>AND 24/7 ACCESS</small>	DEDICATED WORKSPACE <small>AND 24/7 ACCESS</small>	DEDICATED WORKSPACE <small>AND 24/7 ACCESS</small>	DEDICATED WORKSPACE <small>AND 24/7 ACCESS</small>	DEDICATED WORKSPACE <small>AND 24/7 ACCESS</small>
	BUSINESS GROWTH	BUSINESS GROWTH	BUSINESS GROWTH	BUSINESS GROWTH	BUSINESS GROWTH
	CORPORATE PROGRAMMES <small>BROODING STARTUPS & CORPORATES</small>	CORPORATE PROGRAMMES <small>BROODING STARTUPS & CORPORATES</small>	CORPORATE PROGRAMMES <small>BROODING STARTUPS & CORPORATES</small>	CORPORATE PROGRAMMES <small>BROODING STARTUPS & CORPORATES</small>	CORPORATE PROGRAMMES <small>BROODING STARTUPS & CORPORATES</small>
	MENTORING & COACHING <small>UPGRADE!</small> <small>FOR PERSONAL AND BUSINESS GROWTH</small>	MENTORING & COACHING <small>UPGRADE!</small> <small>FOR PERSONAL AND BUSINESS GROWTH</small>	MENTORING & COACHING <small>UPGRADE!</small> <small>FOR PERSONAL AND BUSINESS GROWTH</small>	MENTORING & COACHING <small>UPGRADE!</small> <small>FOR PERSONAL AND BUSINESS GROWTH</small>	MENTORING & COACHING <small>UPGRADE!</small> <small>FOR PERSONAL AND BUSINESS GROWTH</small>
	INVESTORS-IN-RESIDENCE <small>NEW!</small>	INVESTORS-IN-RESIDENCE <small>NEW!</small>	INVESTORS-IN-RESIDENCE <small>NEW!</small>	INVESTORS-IN-RESIDENCE <small>NEW!</small>	INVESTORS-IN-RESIDENCE <small>NEW!</small>
	HUB VENTURE FUND <small>NEW!</small>	HUB VENTURE FUND <small>NEW!</small>	HUB VENTURE FUND <small>NEW!</small>	HUB VENTURE FUND <small>NEW!</small>	HUB VENTURE FUND <small>NEW!</small>
	6 MTHS: 10% OFF (PAYMENT UPPRONT) 12 MTHS: 20% OFF (PAYMENT UPPRONT)	6 MTHS: 10% OFF (PAYMENT UPPRONT) 12 MTHS: 20% OFF (PAYMENT UPPRONT)	6 MTHS: 10% OFF (PAYMENT UPPRONT) 12 MTHS: 20% OFF (PAYMENT UPPRONT)	6 MTHS: 10% OFF (PAYMENT UPPRONT) 12 MTHS: 20% OFF (PAYMENT UPPRONT)	ASK US ABOUT OUR LONG-LEASE DISCOUNT!
APPLY NOW!	APPLY NOW!	APPLY NOW!	APPLY NOW!	APPLY NOW!	ENQUIRE

Gambar 2.36. Range Harga Membership Impact Hub Singapore
Sumber : <http://singapore.impacthub.net/membership>



(Halaman ini sengaja dikosongkan)

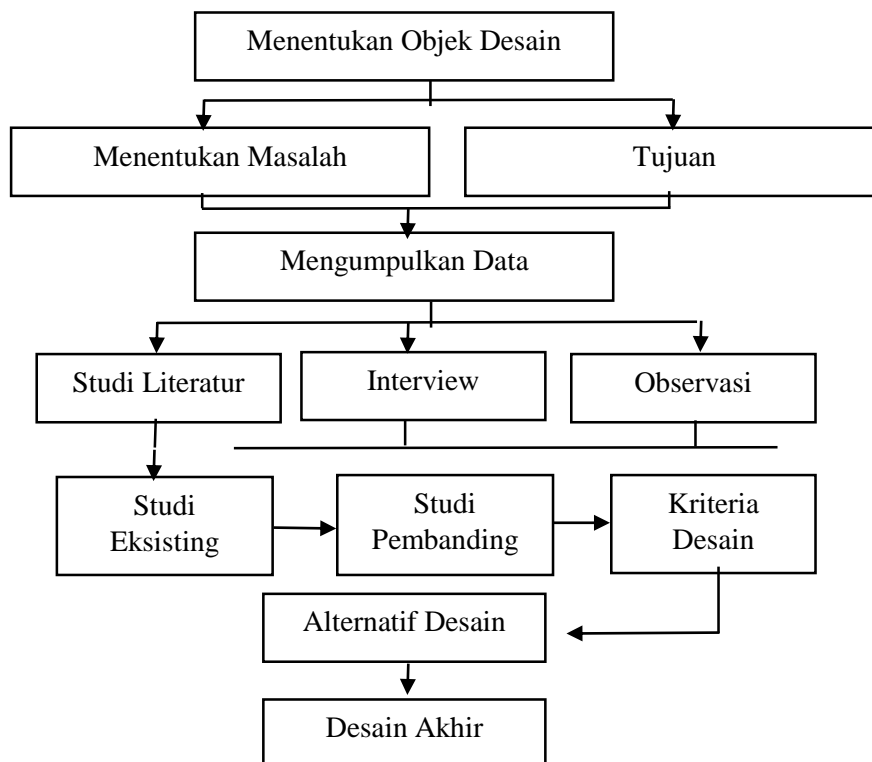


BAB III

METODE DESAIN

3.1. Proses Desain

Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai macam aspek lainnya dengan sumber data yang didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.



Gambar 3.1. Proses Desain

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



3.2.1. Interview

Interview ditujukan kepada pengguna DiLo Surabaya. Interview dilakukan untuk mengetahui kondisi yang berkaitan dengan area coworking space, beserta keluhan- keluhan yang dari pengguna DiLo Surabaya.

3.2.2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pencarian referensi teori yang relevan melalui buku, jurnal, artikel, dan situs internet. Studi literatur bertujuan untuk memperkuat dan melengkapi data yang didapatkan serta sebagai dasar teori dalam mendesain. Data yang dikumpulkan melalui studi literatur adalah studi mengenai objek desain, objek pembanding, dan konsep desain.

3.2.3. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan suatu objek atau hal secara langsung. Observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai kondisi terkini DiLo Surabaya. Kondisi terkini tersebut meliputi keadaan bangunan eksisting, elemen interior yang digunakan, pembagian ruang, fasilitas yang tersedia, dan aktivitas pengguna.

3.3. Analisa Data

Analisa data dilakukan setelah pengumpulan data selesai. Analisa dilakukan dengan memperhatikan beberapa macam analisa yang melatarbelakangi objek desain meliputi:

3.3.1. Analisa pengguna

Analisa mengenai faktor pengguna meliputi umur, jenis kelamin, strata sosial dan karakteristik pengguna.



3.3.2. Analisa aktivitas

Analisa mengenai kegiatan dan kebutuhan pengguna DiLo Surabaya. Analisa aktivitas dilakukan untuk menentukan fungsi ruang, kebutuhan ruang, hubungan antar ruang, dan sirkulasi.

3.3.3. Analisa aspek interior

Analisa mengenai elemen interior yang digunakan meliputi elemen pembentuk ruang, furnitur, material, warna, pencahayaan, dan penghawaan.

3.4. Tahapan Desain

3.4.1. Permasalahan

Menemukan permasalahan pada objek desain yang berkaitan dengan pengguna dan aspek interior.

3.4.2. Pengumpulan Data

Proses mendapatkan data yang berkaitan dengan objek desain. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuisioner, dan studi literatur seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

3.4.3. Analisa

Pengolahan semua data mengenai objek desain yang didapatkan dari pengumpulan data.

3.4.4. Sintesa

Simpulan-simpulan awal yang dihasilkan melalui hasil analisa data yang kemudian dijadikan arahan untuk membuat konsep desain.

3.4.5. Konsep Desain

Pembuatan konsep desain yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan pada objek desain. Pembuatan konsep didukung oleh sintesa yang dihasilkan sebelumnya.

3.4.6. Skematik Desain

Pembuatan alternatif-alternatif desain berdasarkan konsep desain.



3.4.7. Produk Desain

Desain akhir yang dihasilkan melalui evaluasi dan pengembangan dari alternatif-alternatif desain.



BAB IV

PEMBAHASAN/ANALISA KONSEP & DESAIN

4.1. Studi Pengguna (Segmentasi)

Segmentasi pengguna merupakan pembagian kelompok pengguna yang memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang berbeda di dalam suatu objek desain.

Tabel 4.1 – Segmentasi Pengguna DiLo Surabaya

Segmentasi	Keterangan
Usia	Segmentasi usia pengguna dari DiLo Surabaya adalah Usia Pemuda yakni 18 – 30 tahun
Pekerjaan	Wirausaha, Kerja Sampingan, Programmer, Desainer
Hobby	Membaca Buku, Gaming, Surfing Internet
Ekonomi	Semua kalangan
Khusus	Memiliki ketertarikan kepada dunia kewirausahaan digital

Sementara, subjek-subjek start-up yang sedang dalam masa inkubasi & akselerasi di DiLo antara lain :

Tabel 4.2 – Subjek Start-up DiLo

No	Nama Startup	Deskripsi
1	GROWPAL	“GROWPAL “ adalah platform digital yang memberikan layanan yaitu mempertemukan antara pemilik modal/investor/sponsor, pemilik lahan /petani/peternak dan pembeli hasil panen dibidang agribisnis perikanan dan peternakan. <i>http://growpal.asia/</i>
2	Chatkoo	“Chatkoo” merupakan startup Business to Business yang berbentuk platform social media chat untuk



		media marketing yang menghubungkan antara pemilik usaha dengan customer. https://chatkoo.com/
3	Forstok	“Forstok” merupakan startup berupa software untuk manajemen bisnis yang memantau <i>supply chain</i> dari perusahaan ke <i>customer</i> secara <i>realtime</i> . Forstok juga mengintegrasikan perusahaan UMKM yang memiliki transaksi di beberapa platform jual-beli yang bekerjasama dengan forstok. https://www.forstok.com/
4	PayFazz	PT Payfazz Teknologi Nusantara (Payfazz) adalah perusahaan penyedia jasa pembayaran untuk masyarakat Indonesia yang bekerja sama dengan berbagai partner untuk menyediakan berbagai jenis jasa pembayaran, meliputi pulsa, listrik, game, transfer uang, pembayaran e-commerce, hingga pembayaran berbagai merchant dan took. https://www.payfazz.com/
5	Tessy	Tessy merupakan platform yang dapat mengkolaborasikan peneliti-peneliti yang membutuhkan riset dan ingin memulai riset. Tessy mengintegrasikan peneliti dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia.
6	Angon.id	ANGON adalah aplikasi beternak online yang memudahkan penggunanya untuk beternak secara online melalui aplikasi mobile, tanpa harus memiliki lahan, keterampilan, dan waktu untuk merawat hewan ternak berupa domba atau sapi. ANGON menghubungkan peternak rakyat, sentra peternakan rakyat (SPR), dan investor peternakan.




		ANGON menciptakan peluang kerjasama peternak rakyat sebagai perawat ternak dengan masyarakat urban sebagai investor yang ingin beternak domba atau sapi. Dengan konsep beternak online ANGON, peternak rakyat akan menjadi lebih produktif, sehingga kesejahteraan peternak rakyat pun akan turut meningkat. <i>angon.id</i>
7	Habibie Garden	Habibie Garden merupakan aplikasi mobile yang dapat memantau pertumbuhan tanaman secara <i>realtime</i> .



4.2. Studi Ruang

Dari observasi obyek eksisting DiLo Surabaya, ditemukan beberapa kelebihan dan kekurangan pada masing-masing ruangan di dalamnya.


Tabel 4.3 – Studi Ruang DiLo Surabaya

No	Ruangan	Hasil Observasi	
		Kelebihan	Kekurangan
1	<p>Coworking Space</p>  <p>DiLo Surabaya menyediakan fasilitas kerja yang nyaman dengan akses internet yang cepat dan menampung cukup banyak developer.</p>	<p>Pencahayaan pada ruangan cukup dan standar sirkulasi sangat memadai. Furniture sesuai dengan standar ergonomi desain kursi untuk workstation.</p>	<p>Penataan furniture masih kurang, tidak ada ruangan khusus untuk administrator Digital Lounge Surabaya. Loker tidak difungsikan dengan baik dan letak sangat jauh dari workspace</p>



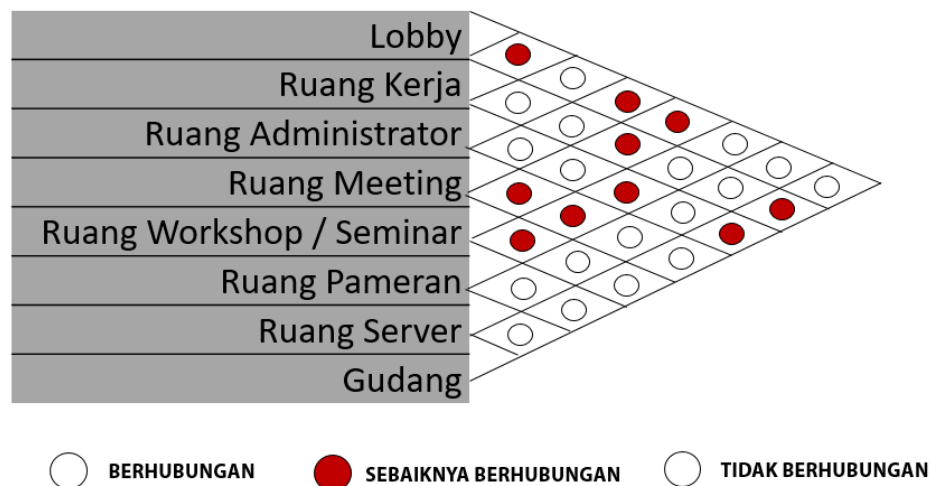
2	<p>Classroom</p>  <p>DiLo Surabaya menyediakan ruang-ruang kelas yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai training dan workshop berdasarkan penjadwalan yang dilakukan</p>	<p>Terdapat fasilitas yang memadai untuk workshop, seperti LCD dengan jarak pandang yang standar</p>	<p>Tempat classroom cenderung dipaksakan ada didalam ruangan dan mengganggu aktifitas coworker lainnya</p>
3	<p>Meeting Room</p>  <p>DiLo Surabaya menyediakan tempat untuk melakukan pertemuan sesama startup untuk mendiskusikan materi-materi tentang aplikasi yang akan dibuat, juga sebagai sharing knowledge produk</p>	<p>Pencahayaan yang cukup</p>	<p>Belum ada meja standar untuk meeting dan kurang terprivasi dengan belum adanya batas dengan ruang lain. Peletakan loker sangat mengganggu sirkulasi karena seharusnya loker difungsikan untuk workspace.</p>



4	<p>Lobby</p>  <p>Lobby di DiLo Surabaya difungsikan untuk tempat registrasi dan mengisi buku tamu.</p>	<p>Ada furniture standar seperti tempat duduk untuk menunggu, dan televisi</p>	<p>Banyak brosur yang diletakkan di atas meja lobby dan mengganggu estetika ruangan. Pencahayaan di lobby gelap.</p>
---	---	--	--

4.3. Studi Hubungan Ruang

4.3.1. Matriks Hubungan Ruang



Gambar 4.1 – Matriks Hubungan Ruang DiLo Surabaya

4.3.2. Bubble Diagram



Gambar 4.2 – Bubble Diagram DiLo Surabaya

4.4. Analisa Riset (Kuisisioner & Interview)

4.4.1. Hasil Interview

Narasumber : 10 Pengguna DiLo Surabaya
Tanggal : Selasa, 6-10 September 2016
Tempat : Digital Innovation Loung Surabaya

Daftar Pertanyaan :

1. Data Diri (Nama, Nomor HP, Jenis kelamin, umur, hobi)
2. Apakah Anda memiliki startup? Berapa umur startup anda? Berapa jumlah tim?
3. Seberapa sering anda mengunjungi Digital Lounge Surabaya?
4. Mengapa Anda melakukan kunjungan di Digital Lounge Surabaya?
5. Apa yang Anda lakukan saat mengunjungi DiLo Surabaya?
6. Apakah Anda pernah mengenal, sharing dan diskusi dengan startup lain di Digital Lounge Surabaya?
7. Apakah pencahayaan di DiLo Surabaya sudah mencukupi?
8. Apakah penghawaan di DiLo Surabaya sudah mencukupi?
9. Apakah Anda pernah menggunakan Pantry?



10. Apakah Anda merasa bosan saat bekerja di Digital Lounge Surabaya?
11. Apa yang Anda lakukan saat bosan bekerja di Digital Lounge Surabaya?
12. Apakah Anda pernah mengikuti workshop di Digital Lounge Surabaya?
13. Apa kendala Anda saat mengikuti workshop di Digital Lounge Surabaya?
14. Apa Anda bisa melihat presentasi dengan jelas saat workshop?
15. Apa Anda merasa nyaman saat duduk dan simulasi pada saat workshop?
16. Apa saran anda kedepan tentang fasilitas yang ada di Digital Lounge Surabaya?

4.4.2. Analisa Hasil Wawancara

Dalam hasil wawancara didapatkan bahwa 60% pengguna masih dalam tahap *idea* and *early stage startup*, dan selebihnya sudah dalam tahap *accelerator stage*. Yang dapat diartikan 60% startup pengguna masih dalam tahap yang memerlukan banyak inovasi dan ide untuk mengembangkan startupnya. 40% pengguna berstatus mahasiswa dan baru meluangkan waktunya ketika hari jumat untuk datang dan absensi di DILO Surabaya sebagai bentuk komitmen. 40% lainnya datang setiap hari di DILO Surabaya dan menjadi main-office. 60% alasan pengguna datang adalah karena fasilitas yang diberikan cukup baik dan gratis mulai dari wifi dan pelatihan tiap minggunya. Aktifitas utama pengguna saat bekerja di DILO Surabaya adalah coworking, rapat, meeting dengan klien ataupun workshop mingguan. 30% responden baru mengenal dan akrab setelah mengikuti workshop mingguan, 40% responden mengenal dan sering sharing satu sama lain. Untuk masalah utilitas ruangan, 100% pengguna cukup pencahayaan dan penghawaan dalam ruangan. Untuk plotting ruangan 100% pengguna tidak pernah menggunakan



pantry dan memiliki kecenderungan untuk membeli minum dan makan diluar pada saat jam istirahat. Setiap pengguna pernah merasa bosan dan 80% lebih pengguna lebih memilih main game online, melihat youtube dan 20% lainnya membaca buku. Pada saat workshop 30% lebih pengguna tidak bisa melihat presentasi secara jelas dan 70% lagi mengalami kendala pada saat simulasi programming karena tidak disediakan meja. Saran dari pengguna DILO Surabaya antara lain penambahan meja untuk kebutuhan workshop programming.

4.4.3. Hasil Observasi

Sesuai dengan visinya DiLo(DILO) bertujuan menciptakan bibit-bibit Digital Preneur yang selanjutnya siap masuk ke industri. DILO Surabaya, masih memiliki banyak kekurangan terutama sektor fasilitas ruangan yang ada di dalam ruangan sehingga perlu redesain interior ruangan. Sehingga dapat mendukung aktifitas, menumbuhkan inovasi, produktifitas dan etos kerja dalam ekosistem yang ada didalamnya.

Dari hasil observasi penulis mengenai DILO Surabaya antara lain 1) Banyak sudut-sudut ruangan yang pemakaiannya tidak jelas; 2) Pantry tidak difungsikan dengan maksimal; 3) Ruang tunggu berada didalam sirkulasi ruangan yang salah; 4) Belum ada ruangan khusus untuk gudang; 5) Display room belum difungsikan secara maksimal; 6) Perlengkapan utilitas seperti speaker dan listrik tidak built in.



4.5. Tema/Konsep (Makro)

Alur perumusan konsep/tema yang cocok untuk DiLo Surabaya adalah dengan merumuskan masalah-masalah yang ditemukan di DiLo Surabaya sebagai berikut.

Tabel 4.3– Alur Konsep Desain

Masalah	Solusi	Konsep Desain
Belum ada sirkulasi ruangan yang user experience di dalam DiLo Surabaya	Perbaiki sirkulasi ruangan dan elemen-elemen estetis untuk menunjang user experience DiLo Surabaya	Identifikasi sirkulasi yang memenuhi pengguna di DiLo Surabaya dengan mempertimbangkan juga faktor eksternal seperti jalur dan standar evakuasi gedung bertingkat.
Kebutuhan pengguna belum terpenuhi di dalam DiLo Surabaya	Desain yang memenuhi kebutuhan pengguna DiLo Surabaya.	Mengidentifikasi karakteristik pengguna DiLo Surabaya yang memiliki latar belakang berbeda.
Belum dapat memenuhi kriteria coworking space yang memiliki nilai-nilai seperti collaborative work behavior, homey, nyaman dan produktif	Mementingkan nilai-nilai coworking space seperti, collaborative work behavior, homey, nyaman dan produktif bagi penggunanya.	Memasukkan nilai-nilai coworking space seperti collaborative work behavior kedalam rencana layout, homey, nyaman dan produktif untuk menjalankan masa inkubasi Indigo Creative Nation
Pengguna dari DiLo Surabaya memiliki latarbelakang yang berbeda-beda seperti startup teknologi bidang pendidikan, pangan, agrikultur dan business to business		

Pada tabel 4.7 terlihat bahwa langgam utama yang paling cocok dan menjadi landasan tema pada konsep desain adalah langgam Urban Modern, yang mana modern menjadi subtema pada konsep desain DiLo Surabaya. Modern Urban merupakan style/langgam/gaya utama yang mendasari perancangan ini. Karakteristik dan pengaplikasian langgam modern urban pada keseruhan ruang nantinya akan dipadukan dengan olahan masing-masing sub tema. Langgam ini pada dasarnya merupakan perpaduan dari gaya modern dan gaya urban. *Form follow function* merupakan jargon yang dihasilkan dari gaya modern. Jargon ini secara filosofi mendasari pengambil keputusan utama dalam pemilihan elemen-elemen interior terutama pada sisi bentukan. Kesederhanaan bentukan dari gaya modern dan lebih mengedepankan fungsi nantinya akan dipadukan bentukan urban yang cenderung berkesan industrial dengan memadukan bentuk, texture asli material dengan gaya desain yang modern agar dihasilkan sebuah konsep yang menarik.

Sebuah lingkungan non-corporate, atau apa yang kita panggil "budaya startup," adalah komponen yang sangat berharga dari kewirausahaan yang tak terhitung jumlahnya. Budaya ini menempatkan kepribadian pada layar dan memungkinkan orang untuk bersenang-senang bersama-sama dan bekerja dengan cara yang terbaik sesuai dengan mereka. Budaya ini diterjemahkan sebagai "unbuttoned dan non-corporate" -sebuah fleksibilitas, lingkungan yang menggerakkan karyawan, yang memungkinkan mereka untuk merasakan makna dan saling memiliki.

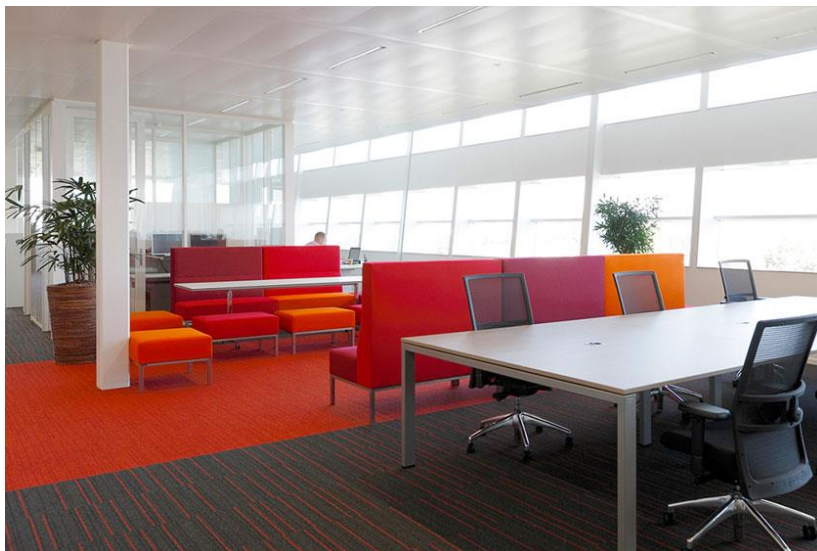


Gambar 4.4 – Ilustrasi Urban Modern pada Interior Kantor

sumber : www.pinterest.com



Berikut ini adalah beberapa hal penting yang menjadi fokus pada perancangan sebuah iklim yang baik di coworking space. Co-working space menawarkan konsep interior yang “Homey”. Tidak seperti kantor konvensional yang umumnya mempunyai desain interior monoton, co-working space datang menawarkan atmosfer tempat kerja yang lebih santai serta mengutamakan kenyamanan. Memungkinkan kolaborasi positif baik antar karyawan maupun dengan perusahaan klien lain. Utamanya untuk co-working space yang terfokus pada satu bidang, bisa menjadi awal sebuah perusahaan gabungan yang lebih besar. Kondisi kerja yang santai namun tetap efektif dan efisien. Terdapat berbagai fasilitas disamping ruang kerja yang memang didesain senyaman mungkin. Kesempatan mengembangkan diri bagi tiap individu. Mempunyai lingkungan kerja layaknya co-working space memungkinkan kita untuk unjuk gigi menampilkan kualitas kerja. Bukan tidak mungkin kita mendapatkan peluang pekerjaan yang jauh lebih baik dari perusahaan lain.

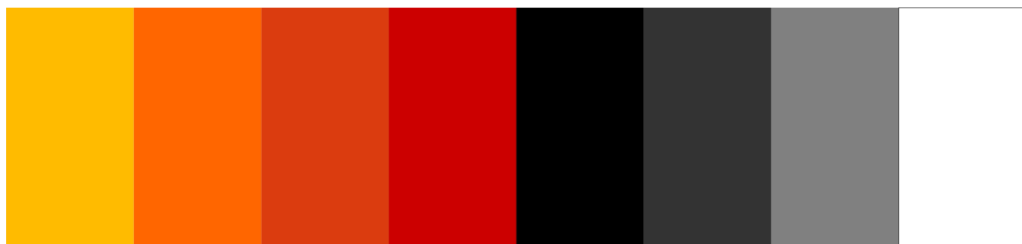


Gambar 4.5. Ilustrasi Coworking Space
Sumber : www.pinterest.com

Berdasarkan penjabaran konsep coworking space pada Bab II, konsep perancangan pada Coworking Space DiLo Surabaya, selaras dengan konsep

Modern Urban. Karena mewakili nilai-nilai high technology (dari produk-produk teknologi yang dihasilkan oleh DiLo). Desain urban sangat erat kaitannya dengan perkotaan, dengan karakter dinamis dan mobile, desain urban sangat dipengaruhi kesibukan dan pergerakan yang tinggi mempengaruhi pula dalam bentukan desain interior. Desainer mengaplikasikan ekspos concrete di beberapa bagian tembok dan The New Typografi seperti pada Yellow Hotel sehingga menampilkan kesan anak muda. Karena menampilkan kesan ‘Young’ maka, pengaplikasian warna-warna yang ada tidak menutup kemungkinan menggunakan warna warna pop pada asesoris-asesoris interior dan tidak selalu monokromatik.

4.5.1. Konsep Warna



Gambar 4.6. Color Chart
Sumber : www.pinterest.com

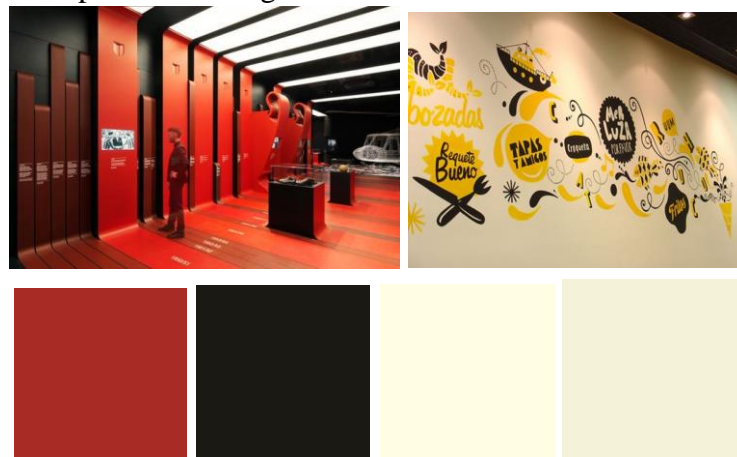
Konsep warna yang digunakan pada perancangan tugas akhir ini adalah warna utama dari corporate identity Telkom Indonesia , Merah, abu-abu dan putih. Selain itu penulis menyesuaikan juga beberapa warna sesuai dengan karakter pengguna DiLo Surabaya yang berusia muda (18-30 tahun), yang memiliki karakteristik dinamis(mobile), bersemangat dan masih suka untuk mencoba hal-hal baru dalam hidupnya. Kesan yang ingin ditimbulkan dalam perancangan ini adalah vibrant(bersemangat) dan dynamic(dinamis), sehingga penulis menjadikan warna merah sebagai warna dominan. Seperti halnya warna api, darah, maupun Matahari, warna merah kerap berkonotasi dengan kekuatan, adrenalin, gairah, serta semangat. Dunia psikologi sering kali mengaitkan arti warna merah dengan energi, gairah, kekuatan,



kegembiraan, cinta, enerjik, kemewahan, nafsu dan peringatan. Menurut Kobayashi(1995), warna merah memiliki kesan semangat, sama seperti warna kuning, biru, oranye dan hitam. Sedangkan warna merah juga memiliki kesan dinamis, sama seperti warna oranye, coklat, kuning dan hitam. Selain menggunakan warna dominan merah pada desain, penulis juga mengambil warna kuning, oranye, hitam sebagai kesatuan warna dalam desain, sesuai dengan teori warna yang disebutkan. Dan juga memberikan safety bagi orang-orang yang memiliki keterbatasan untuk membedakan warna.

4.6. Aplikasi Konsep Desain(Konsep Mikro pada Perancangan)

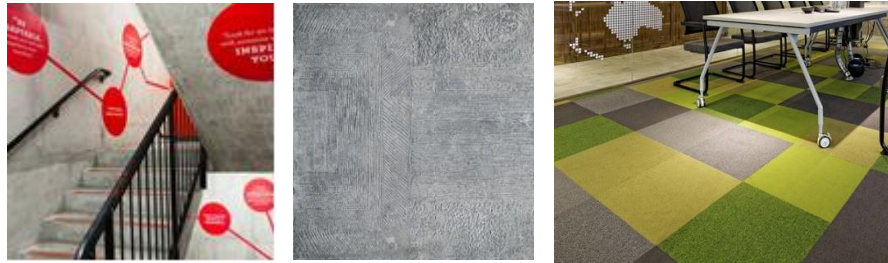
4.6.1. Aplikasi Dinding



Gambar 4.7. Aplikasi Dinding

Pada elemen dinding interior finishing pada dinding menggunakan Nippon Paint Spotless dengan kombinasi warna 1082 P – Ash White, 1001 P – Whispering White, 1918 A – Volcanic Black, 1274 A – Fashion Red. Selain itu, pada dinding juga diaplikasikan typografi dan mural untuk menambah kesan fun dan urban.

4.6.2. Aplikasi Lantai



Gambar 4.8. Aplikasi Lantai

Pada elemen lantai dari coworking space DiLo Surabaya, menggunakan Goodrich Modular rug custom 30 x 30 cm. Polished Exposed Concrete, dan Wayfinding signage untuk mempermudah user. Goodrich Modular Rug merupakan produk terbaru dari Goodrich sebagai terobosan baru untuk pengaplikasian karpet pada objek desain. Yakni pemasangan dalam bentuk karpet modular 30 x 30 pada objek desain.

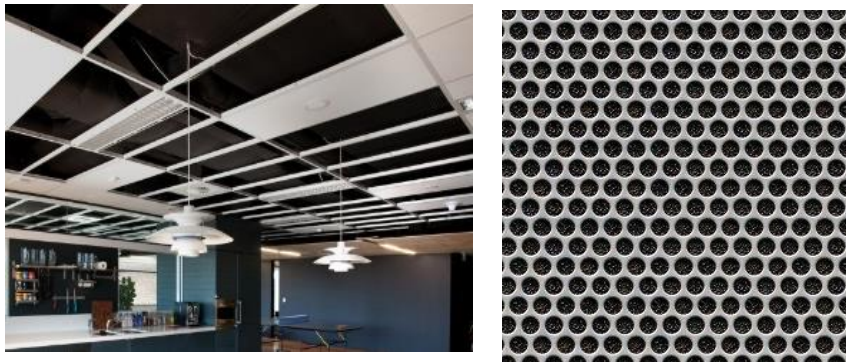
Untuk teknik finishing expose beton di DiLo Surabaya menggunakan teknik *cement polished*. Tahap pertama dilakukan adalah plesteran dengan pasir extra beton ketebalan 1 cm.. Komposisi yang dibutuhkan untuk aplikasi plesteran ini adalah 1 portland cement : 3 pasir menggunakan kawat ayam yang dipasang di atas plat beton lantai guna untuk mencegah keretakan plesteran tersebut. Kemudian langsung mengaplikasikan acian semen (dapat menggunakan semen biasa) dan meratakannya menggunakan roskam dan sterofoam tebal sebelum kering agar permukaan halus dan siap untuk dipoles menggunakan mesin poles.

Untuk teknik pengaplikasian cat pada lantai menggunakan Nippon Paint Sportskote. Nippon Paint Sportskote adalah cat khusus lapangan olah raga yang terbuat dari bahan emulsi sintetis, baik untuk di dalam maupun luar



ruangan. Nippon Paint Sportskote dapat diaplikasikan untuk lapangan parkir, cat jalan dan heliport yang terbuat dari beton, asbes, semen dan seng. Produk ini memiliki daya lekat yang kuat dan fleksibel, anti-jamur, tahan gesekan, cepat kering dan tahan terhadap sinar matahari sehingga tidak cepat meleleh. Di dalam kemasan, terdapat pasir silica berbentuk putih tepung yang harus dicampurkan ke dalam cat sehingga dapat menghasilkan cat yang anti-slip.

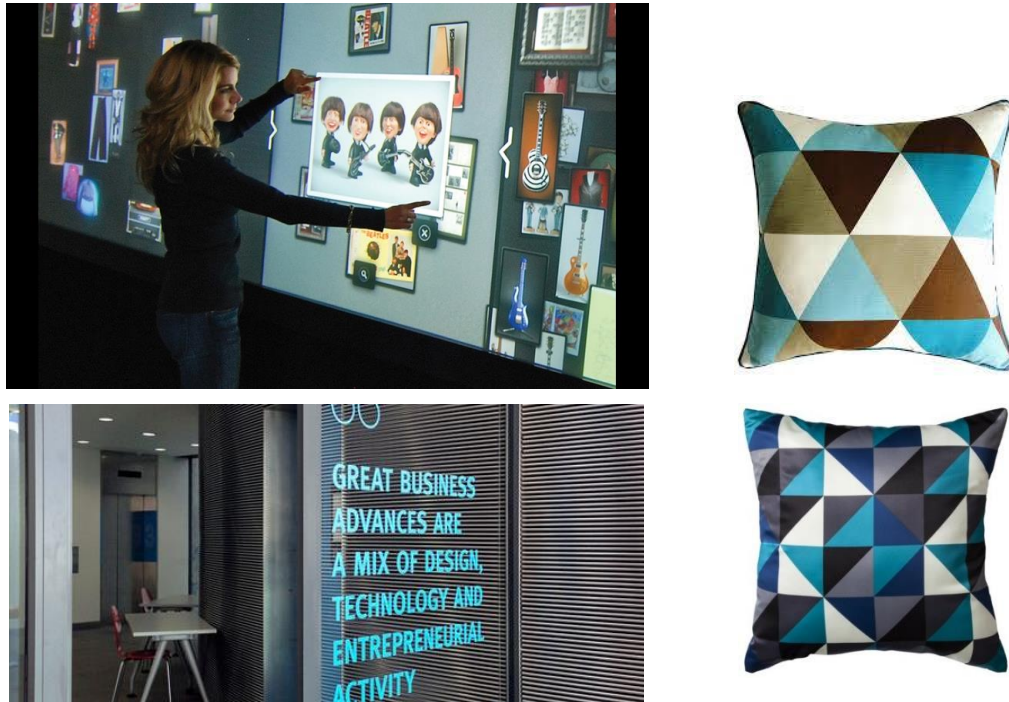
4.6.3. Aplikasi Ceiling



Gambar 4.9. Aplikasi Ceiling
Sumber : www.pinterest.com

Aplikasi ceiling menggunakan downceiling dan perforated gypsum untuk mengurangi pemantulan bunyi dan bising pada ruangan.

4.6.4. Aplikasi Elemen Estetis



Gambar 4.10. Aplikasi Elemen Estetis
Sumber: [www. Pinterest.com](http://www.Pinterest.com)

Elemen estetis yang digunakan di DiLo Surabaya menggunakan dinding tipografi dekoratif dan juga Multitouch LED Screen Display. LG 23” Class 10 Point Multitouch LED IPS Monitor adalah sebuah interaktif Multitouch LED Screen Display produksi LG yang dikembangkan untuk digunakan sebagai meja untuk meeting, sarana hiburan, museum, dan sekolah. Produk ini hanya digunakan untuk penggunaan dalam ruangan dan menggunakan teknologi multitouch yang dapat digunakan oleh banyak user dalam satu waktu.



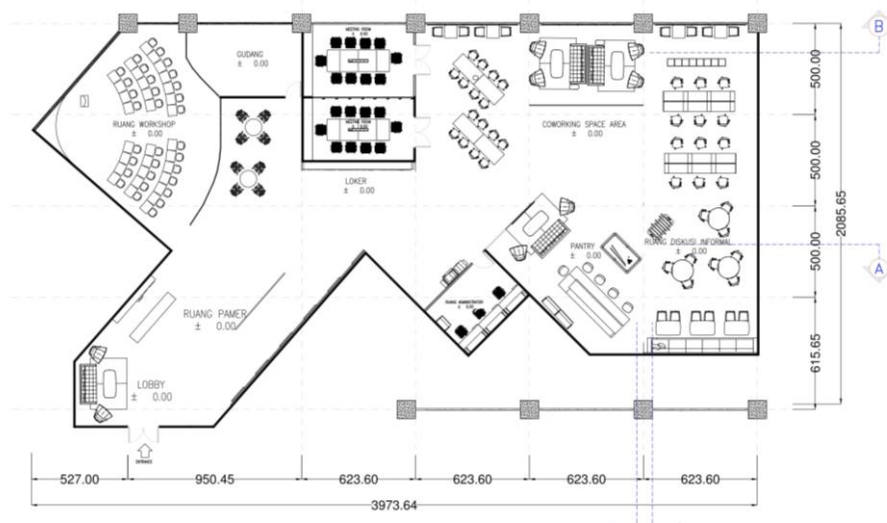
BAB V

PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1. Alternatif Layout

Alternatif Layout adalah pilihan dari 3 alternatif layout berdasarkan studi layout yang akan dijadikan output dari tugas akhir.

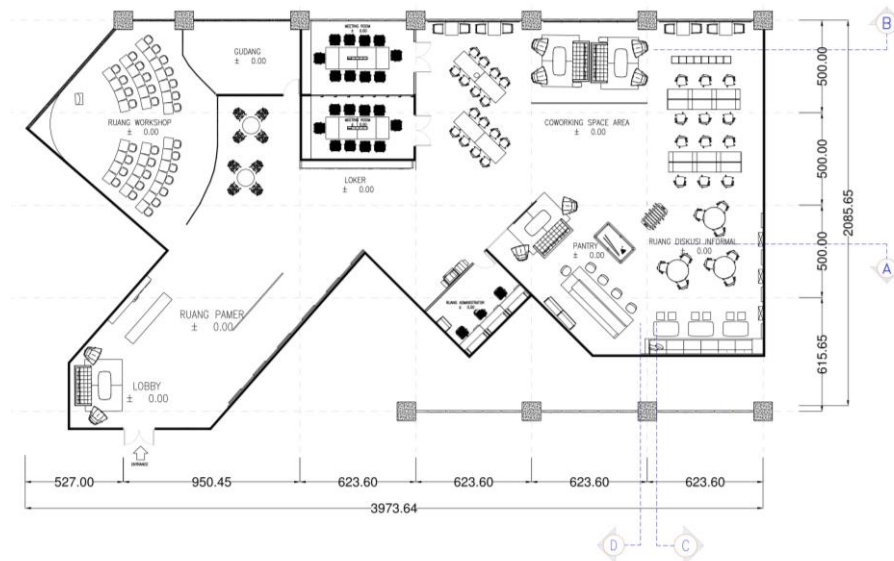
5.1.1. Alternatif Layout 1



Gambar 5.1. Alternatif Layout 1

Pada alternative layout pertama, area tunggu lobby dibagi menjadi dua, yaitu area tunggu klien dan area tunggu umum. Area tunggu klien memiliki meja yang mendukung untuk fasilitas interaksi dengan klien. Tetapi area tunggu pada layout ini kurang efektif karena memiliki dua fokus yang terpisah. Ruang pameran pada lobby memiliki beberapa spot kosong yang masih harus diolah lagi. Area makan dan santai pada alternative layout 1 dilengkapi dengan rak buku yang memanjang sampai pada ruang coworking space. Namun pilihan warna yang ditawarkan oleh alternative layout 1 masih kurang mencerminkan corporate identity dari DiLo Surabaya. Sehingga alternative 1 masih harus banyak elemen yang diperhatikan dan diolah lagi dengan baik pada alternative-alternatif selanjutnya.

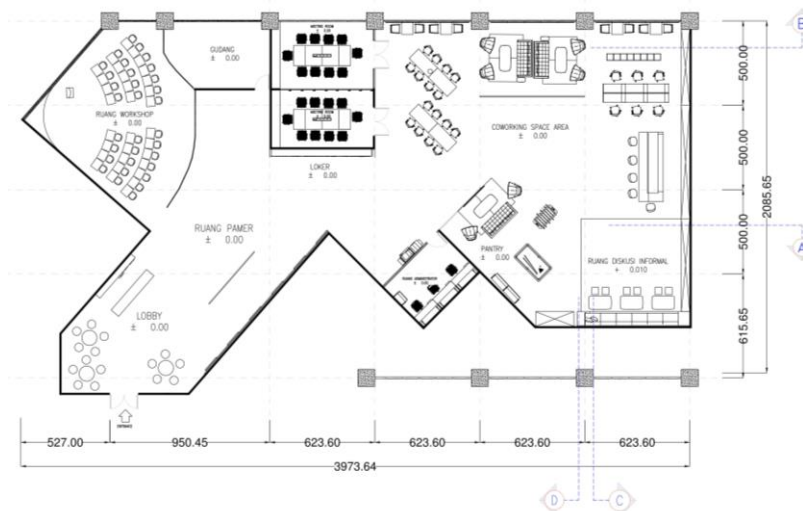
5.1.2. Alternatif Layout 2



Gambar 5.2. Alternatif Layout 2

Pada alternative dua ini area tunggu pada lobby menggunakan kursi-kursi silinder dan juga meja bundar untuk memaksimalkan fungsi area tunggu pada lobby. Area makan pada alternative layout 2 menggunakan lesehan dengan teknik levelling pada ruangan sehingga menciptakan pembatas semu. Furniture yang ada di area makan pada alternative layout 2 menggunakan furniture modular yang dapat di bongkar pasang pada dinding.

5.1.3. Alternatif Layout 3



Gambar 5.3. Alternatif Layout 3



Pada alternative layout 3 ini area makan dilengkapi dengan rak-rak serbaguna guna untuk menyimpan mainan-mainan dan juga buku-buku untuk mendukung hobi dan referensi untuk para pengguna DiLo Surabaya.

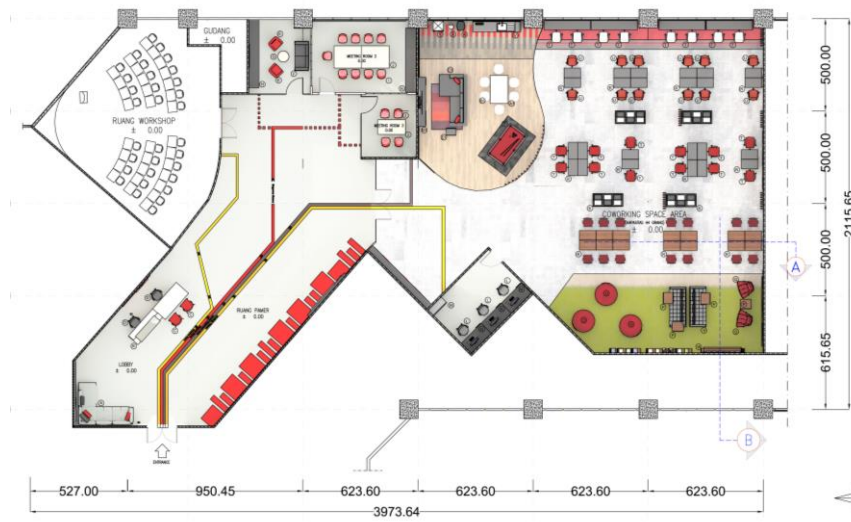
5.1.4. Pemilihan Alternatif Layout (Weighted Method)

Tabel 5.1. Weighted Method

Kriteria/Tujuan	Weight	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Industrial	0.17	Sederhana Clear	Good	7	0.119	Very Good	8	1.36	Good	7	1.19
Sirkulasi	0.25	Jalur Evakuasi	Average	6	1.5	Good	7	1.75	Average	6	1.5
		Optimalisasi Ruang	Poor	5	1.25	Average	6	1.5	Poor	5	1.25
Nyaman	0.26	Pemilihan Furniture	Poor	5	1.3	Very Good	8	2.08	Poor	5	1.3
Fun	0.32	Interface	Good	7	2.24	Very Good	8	2.56	Very Good	8	2.56
		Elemen Estetis	Very Good	8	2.56	Very Good	9	2.88	Average	6	1.92
OVERALL VALUE UTILITY			10.529			13.95			11.54		

Dari analisa weighted methos sesuai dengan parameter pada table 5.1. diatas, diperoleh bahwa denah alternative 2 memiliki nilai yang paling besar daripada ketiga denah alternative yang ditawarkan. Denah alternative kedua dipandang lebih ideal sebagai denah layout terpilih untuk diimplementasikan di DiLo Surabaya.

5.2. Pengembangan Alternatif Layout Terpilih



Gambar 5.4. Pengembangan Alternatif Layout
Sumber : dokumentasi pribadi

Ada beberapa koreksi untuk tata letak furniture di bagian coworking space area dengan mempertimbangkan jalur plumbing eksisting dan elektrikal. Sehingga memindahkan zoning untuk pantry ketempat yang lebih dekat dengan jendela sebelah selatan. Perubahan ini juga mempermudah pengguna saat menyiapkan kopi untuk bertemu dengan klien-kliennya di meeting room.

Selain itu, ada penambahan 1 ruang lagi untuk meeting room agar kebutuhan dari pengguna dapat terpenuhi terkait dengan efisiensi ruangan dan waktu sesuai dengan fokus perancangan coworking space DiLo Surabaya.



Gambar 5.4. Ilustrasi Augmented Reality
Sumber : <http://www.lg.com/uk/business/>

Untuk lobby, desainer menambahkan sofa berbentuk L pada waiting room. Dan menambah beberapa inovasi teknologi seperti multi touch display berupa augmented reality pada dinding ruang pameran. Sehingga ruang pameran

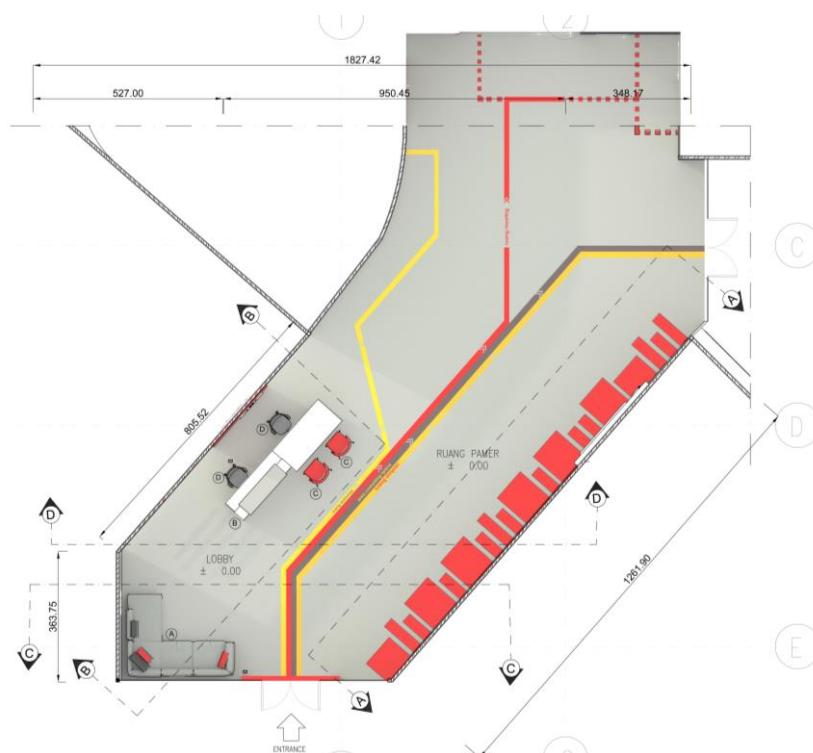


DiLo Surabaya lebih menarik untuk dilihat dan semakin banyak masyarakat Surabaya yang tertarik untuk berkunjung ke DiLo Surabaya.

Berdasarkan dari studi pembandingan yang didapatkan penulis. Ada beberapa yang juga harus ditambahkan dalam perancangan coworking space ini antara lain dengan menambahkan area privasi yang lebih santai. Penulis menambahkan quiet section yang juga dilengkapi dengan buku-buku yang mendukung.

5.3. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1

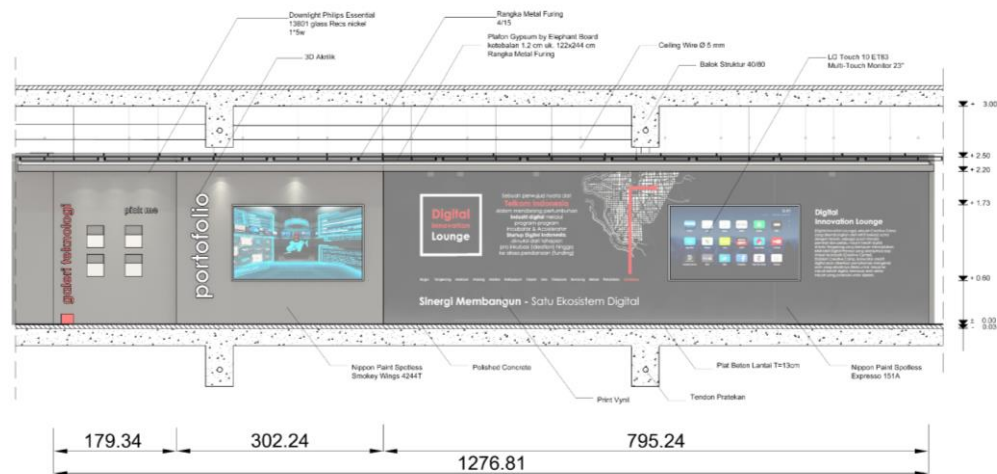
5.3.1. Layout Furniture & Deskripsi



Gambar 5.5. Layout Furniture Ruang Terpilih 1

Sumber : dokumentasi pribadi

Layout furniture ruang terpilih 1 ini merupakan layout dari lobby DiLo Surabaya. Desainer mengkombinasikan antara desain dan teknologi di dalam lobby ini. Sesuai dengan corporate identity dari Telkom Indonesia yang sarat akan teknologi dan masa depan maka, desainer berinisiasi untuk menambahkan Augmented Reality berupa LG 23" Class 10 Point Multitouch LED IPS Monitor berjumlah dua buah.



Gambar 5.6. Potongan Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi

Pada dinding sebelah kanan masuk di DiLo Surabaya pengunjung akan diberikan informasi tentang Digital Innovation Lounge Surabaya dan Corporate Description Video dari DiLo Surabaya. Terdapat juga dinding mural yang menginfokan sedikit tentang pergerakan Telkom Indonesia terhadap perkembangan ekonomi digital di Indonesia melalui Digital Innovation Lounge. Kemudian didinding selanjutnya seperti yang ditunjukkan di gambar 5.6. terdapat space yang dapat digunakan untuk demo & promosi dari produk-produk yang dihasilkan dari inkubasi Telkom Indonesia melalui Indigo Creative Nation.



5.3.2. Gambar 3D & Deskripsi

Pengaplikasian Augmented Reality di dinding dan juga di meja display membuat suasana khas teknologi didalam ruang pameran sangat khas dengan teknologi. Pemilihan warna hitam dan penggunaan hidden lamp pada spot seperti meja multi-touch screen display mencerminkan kesan modern. Plafond pada area lobby menggunakan concrete yang diekspose namun di polished agar lebih terlihat modern.



Gambar 5.7. View 1 Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi

Penulis melakukan eksplorasi warna dari Corporate Identity PT. Telkom Indonesia yakni warna merah, hitam dan putih. Sehingga warna yang diaplikasikan di wayfinding signage merupakan kombinasi warna panas dari warna merah yakni warna oerang dan kuning. Untuk akustik dari penerapan augmented reality pada dinding lobby. Penulis membuat downceiling di sepanjang dinding yang memuat informasi dari digital innovation lounge dengan dilapisi oleh insulated polyester sehingga dapat menyerap kebisingan di dalam ruangan.



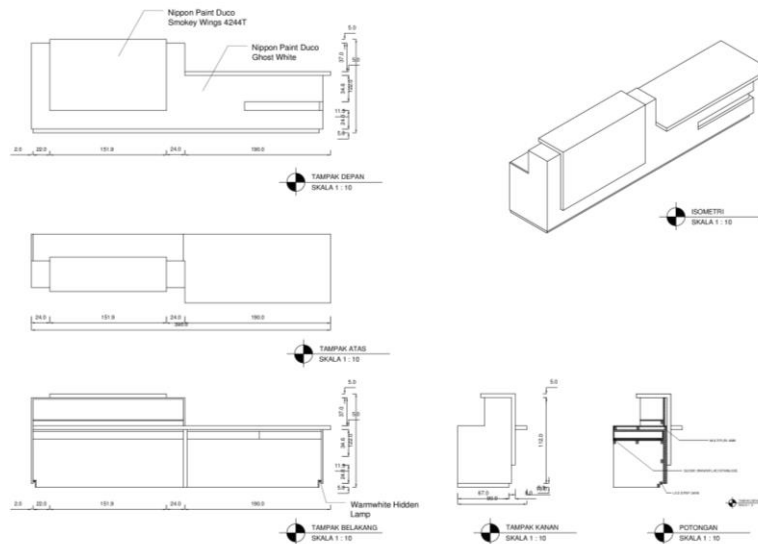
Gambar 5.8. View 2 Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi

View waiting room, penulis memilih furniture yang mendukung suasana modern. Pada area lobby, didesain dengan style modern urban yang memiliki kesan high-technology. Ciri style modern urban terapkan melalui perpaduan warna netral yang disesuaikan dengan corporate identity dari Telkom Indonesia. Penulis juga mengaplikasikan peta Surabaya dalam bentuk mural di elemen dinding sehingga memperkuat pengaplikasian urban desain didalam ruangan.

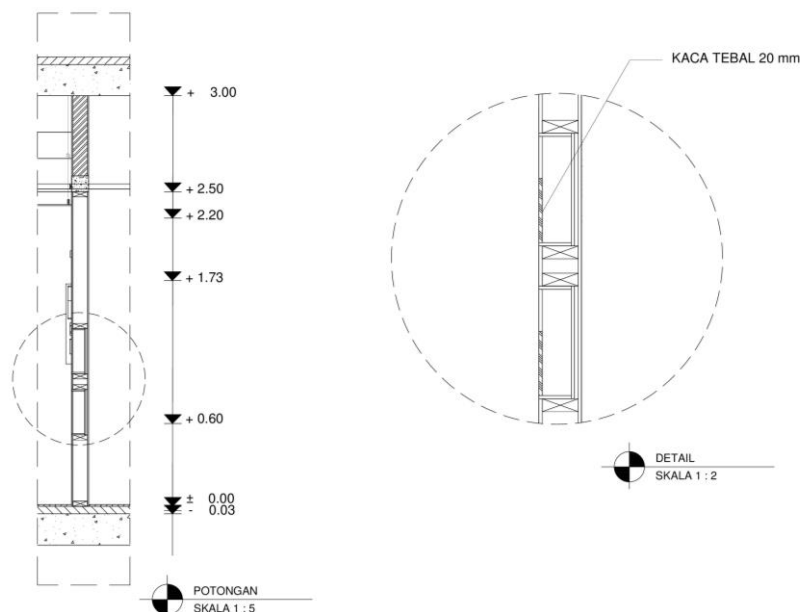


Gambar 5.9. View 3 Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi

5.3.3. Detail Furniture, Elemen Estetis & Deskripsi



Gambar 5.10. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi



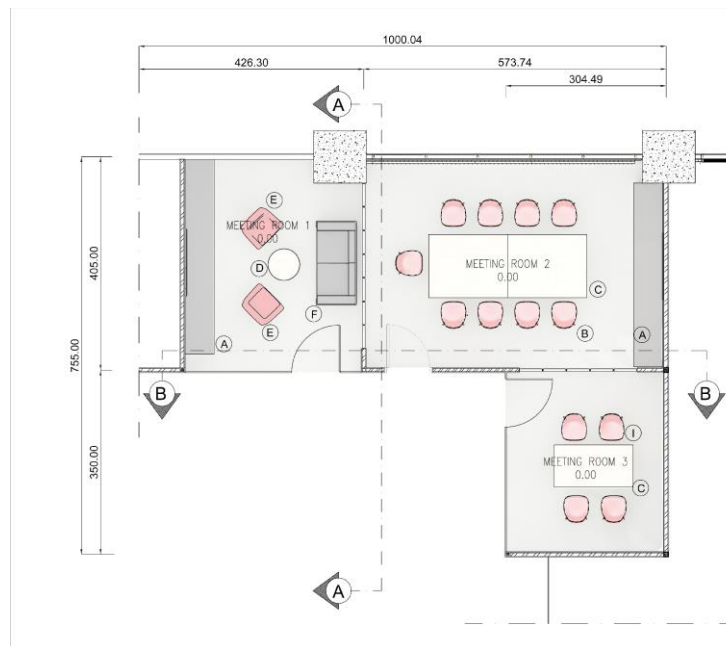
Gambar 5.11. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 1
Sumber : dokumentasi pribadi

Furniture yang dibuat oleh penulis merupakan furniture custom berupa meja lobby yang memenuhi kebutuhan untuk booking tempat untuk workshop & registrasi event dari pihak ketiga (penyelenggara event). Sehingga

penulis menambahkan spot di meja lobby yang muat untuk 2 orang resepsionis dan 2 orang pengunjung. Sedangkan elemen estetis pada ruangan ini adalah tempat majalah pada waiting room yang jadi satu dengan dinding.

5.4. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2

5.4.1. Layout Furniture & Deskripsi



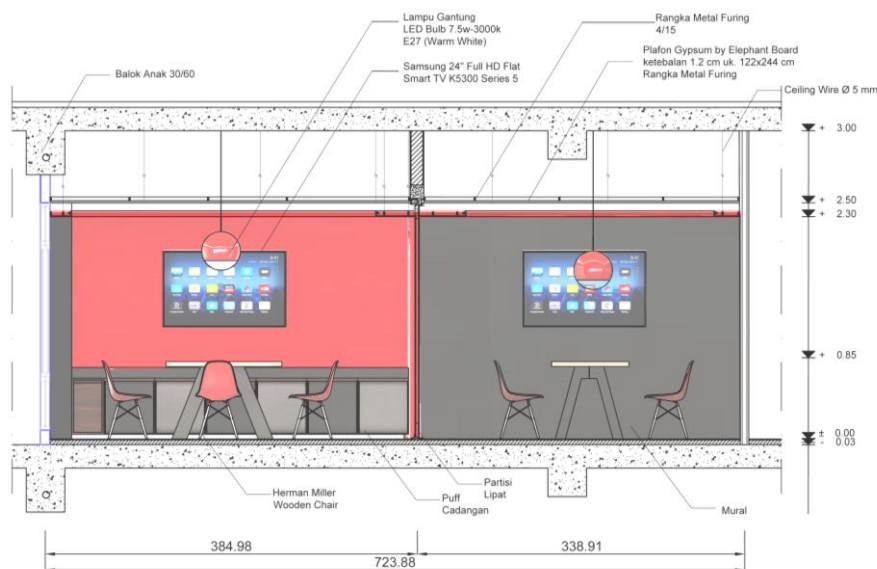
Gambar 5.12. Layout Furnire Ruang Terpilih 2
Sumber : dokumentasi pribadi

Layout furniture ruang terpilih 2 ini merupakan layout dari lobby DiLo Surabaya. Penulis berusaha untuk menjauhkan konsep meeting room yang formal pada kantor konvensional dari menggunakan LCD Screen menjadi menggunakan Smart TV. Smart TV dipilih karena tidak banyak memakan tempat seperti LCD Screen biasa yang juga butuh kabel dan space untuk laptop agar tersambung dengan Proyektor dan dapat menghemat waktu jeda untuk mempersiapkan presentasi pada aktifitas yang ada di Meeting Room.

Penulis menyediakan 3 ruangan untuk meeting room dengan kapasitas yang berbeda. Ada ruangan yang digunakan untuk sekedar bertemu klien untuk berbincang santai, ada ruangan yang dengan



kapasitas maksimal 9 orang dan dapat di perpanjang sampar 14 orang. Ada satu ruangan dengan kapasitas 4 orang yang digunakan untuk bertemu dengan klien maupun investor dalam skala kecil. Penulis menambahkan beberapa utilitas tambahan seperti speaker built-in yang didukung dengan wireless technology pada ruang meeting room sehingga lebih menghemat tempat dan space.



Gambar 5.13. Tampak Potongan Ruang Terpilih 2

Sumber : dokumentasi pribadi

Penulis menambahkan total 12 kursi ekstra untuk keperluan meeting besar. Agar ruangan meeting dapat diefisiensikan, penulis mengganti dinding partisi pembatas ruangan dengan partisi lipat yang dapat dibuka sewaktu- waktu dan didalamnya juga telah dilapisi oleh insulasi polyester sehingga dapat menyerap bunyi yang ada didalam ruangan dan tidak bising.

Pada dinding, penulis mengolah dinding dengan mural geometris dengan warna-warna hangat sehingga terkesan fun dan modern. Selain itu penulis juga menambahkan mural berupa typografi sehingga ruangan terasa lebih hidup. Penulis menggunakan karpet bermerk Interface

dengan tipe Net Effect Collection yang merupakan transformasi bentuk dari besi-besi konstruksi berkarat didalam motifnya.

5.4.2. Gambar 3D & Deskripsi



Gambar 5.14 View 1 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room

Sumber : dokumentasi pribadi

Pada lantai ruang terpilih 2 penulis lebih menyeimbangkan suasana ruangan menggunakan InterfaceNet Effect Collection. Lampu gantung yang dipilih pada ruangan menggunakan mason jar yang diisi dengan lampu bohlam Phillips LED Bulb Warmwhite 5W. Untuk lebih menonjolkan corporate identity didalam ruangan penulis mengaplikasikan warna merah pada kolom pembatas ruangan, lampu gantung dan kursi. Bentuk workstation dalam ruang kedua meeting room ini menggunakan persegi panjang yang lebih memudahkan pengguna untuk berdiskusi dan dapat digabungkan dengan meja dari ruang meeting room ketiga.

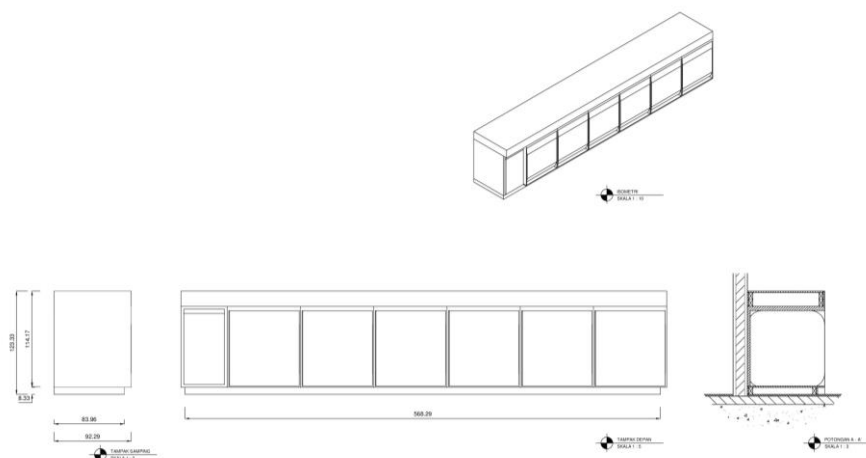
Vertical blind pada View 1 ruang terpilih ketiga menggunakan bahan fabrics yang dapat menyerap suara, sehingga tidak mengganggu aktifitas ruangan yang lain.



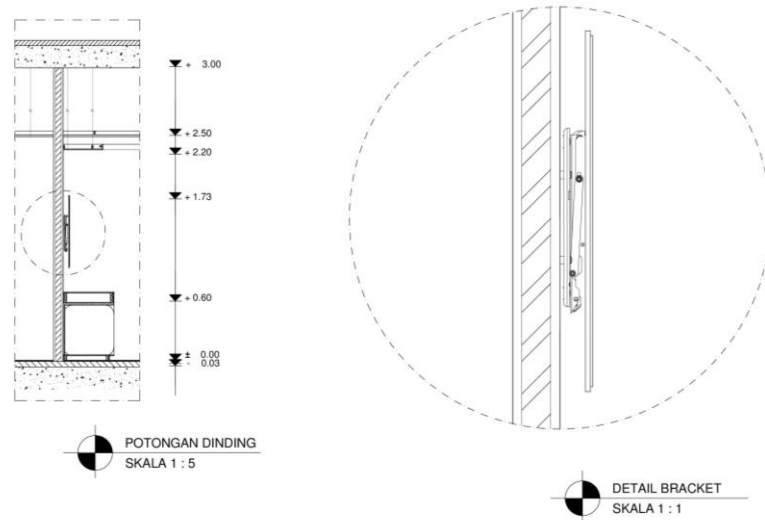
Gambar 5.15 View 2 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room
Sumber : dokumentasi pribadi

Pada gambar 5.14 di view kedua ruang terpilih 2. Penulis mengaplikasikan warna merah di dinding dan juga 2 furniture duduk. Pada dinding, penulis mengaplikasikan mural typografi untuk menambah kesan urban pada ruangan. Ruang pertama pada meeting room ini didesain untuk kebutuhan pengguna yang hanya membutuhkan waktu sedikit untuk bertemu kliennya dalam skala kecil (maksimal 4 orang) dalam satu ruangan.

5.4.3. Detail Furniture, Elemen Estetis & Deskripsi



Gambar 5.16. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 2
Sumber : dokumentasi pribadi



Gambar 5.17. Detail Furniture & Elemen Estetis pada Ruang Terpilih 2
Sumber : dokumentasi pribadi



Gambar 5.18 View 3 Ruang Terpilih 2 – Meeting Room
Sumber : dokumentasi pribadi

Furniture yang digunakan sebagai furniture terpilih di ruang terpilih 2 adalah detail meja credenza serbaguna dan juga detail kursi meeting room. Meja pada ruang terpilih dipilih custom desain sebagai pengisi kebutuhan ruangan meeting room dengan desain yang modern.

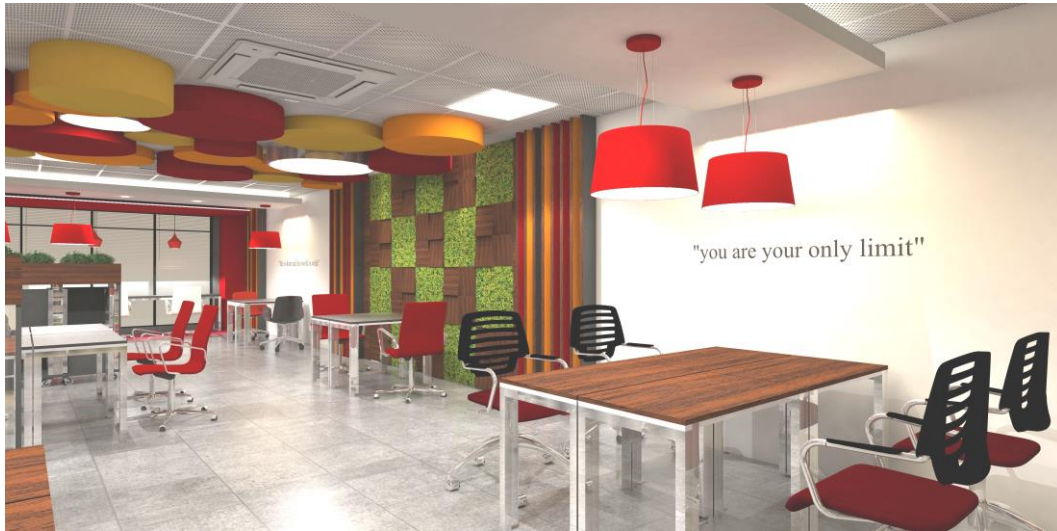
5.5. Pengembangan Desain Ruang Terpilih 3



Gambar 5.19. View 1 – Ruang Terpilih 3
Sumber : dokumentasi pribadi

Pada desain ruang terpilih ketiga dari view 1 penulis memaksimalkan pencahayaan alami dari luar ruangan kedalam ruangan. Namun, dibutuhkan teknik khusus untuk mereduksi panas didalam ruangan akibat masuknya cahaya matahari. Seperti pemasangan kaca film dan pelapisan ganda pada dinding kaca agar panas dapat tereduksi pada saat masuk kedalam ruangan dengan baik.

Penulis menggunakan Granito dengan tipe Dunno Arezzo Matte Finish 60 x 60 cm untuk lapisan pada lantai dan juga karpet dari koleksi interface tipe Urban Retreat, Persimmon & Alley. Penulis juga mengaplikasikan mural berbentuk geometris dengan warna-warna hangat agar ruangan terkesan modern dan fun. Penulis mengaplikasikan downceiling untuk menciptakan ruang imajiner.



Gambar 5.20. View 2 – Ruang Terpilih 3
Sumber : dokumentasi pribadi

Penulis mengaplikasikan warna merah pada lampu gantung yang ada didalam coworking space area untuk menciptakan ruang imajiner bagi mereka yang membutuhkan konsentrasi lebih untuk mengerjakan jobdesc nya. Penulis menambahkan beberapa kursi ekstra yang juga menjadi pembatas antar spot workspace untuk mengantisipasi adanya overbooked tenant.



Gambar 5.21. View 3 – Ruang Terpilih 3
Sumber : dokumentasi pribadi



Kondisi overbooked tenant jarang ditemukan di DiLo Surabaya karena dalam program inkubasinya, Telkom Indonesia menyeleksi ketat tenant-tenant yang akan diinkubasi selama 6 bulan didalam DiLo. Jadi hanya tenant-tenant yang memiliki kriteria tertentu yang ditentukan oleh mentor-mentor yang dimiliki oleh Telkom Indonesia yang dapat mengakses coworking space area di DiLo.

Sesuai dengan kajian pustaka mengenai studi pembandingan coworking space yang ada di luar negeri. Penulis menambahkan spot yang dapat membuat pengguna DiLo Surabaya menjadi produktif. Yakni Recreation room yang dapat diakses oleh tenant-tenant DiLo Surabaya. Penulis merubah pantry yang lebih fungsional untuk menunjak kebutuhan pengguna dan dilengkapi dengan meja billyard untuk sarana rekreasi pengguna. Pengguna DiLo Surabaya dapat menggunakan ruangan ini pada saat penat untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan menciptakan berbagai inovasi untuk pengembangan produknya masing-masing.



Gambar 5.22. View 4 – Ruang Terpilih 3
Sumber : dokumentasi pribadi

Pada View keempat ruang terpilih 3, penulis memberikan spot quiet zone untuk pengguna DiLo Surabaya yang menginginkan bekerja di spot yang sepi. quiet zone juga sarana untuk menyalurkan hobi pengguna yang sebagian besar suka untuk membaca buku disela waktu penatnya.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dalam desain interior Coworking Space DiLo Surabaya untuk meningkatkan produktifitas dan inovasi pengguna, dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Kenyamanan dan produktifitas coworker dapat tercapai apabila sirkulasi, pencahayaan dan suasana ruangan sesuai dengan karakteristik dari pengguna(coworker), muncul suasana yang mencerminkan definisi dari ‘coworking’ sendiri yakni co = collaborative. Dalam hal ini DiLo Surabaya memiliki layout redesain yang open space ditambah dengan beberapa elemen yang mendukung.
2. Didapati temuan bahwa manajerial pada manajemen DiLo Surabaya kurang mempersiapkan fasilitas booking untuk tenant-tenant yang ada di DiLo Surabaya. Sehingga faktor ini nantinya dapat menunjang sistem redesain DiLo Surabaya.
3. Modern Urban yang diaplikasikan dalam redesain ini membentuk persepsi masyarakat tentang dukungan Telkom Indonesia terhadap karya-karya anak bangsa yang siap untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada di Indonesia. Mulai dari kesan hightechnology melalui material-material yang diaplikasikan dan juga pencahayaan-pencahayaan yang sesuai.
4. Terdapat inovasi baru yang dapat dikembangkan seperti augmented reality(multitouch display) yang dapat mempresentasikan portofolio dari Telkom Indonesia dan juga karya-karya dari tenant-tenant Indigo Creative Nation.
5. Penulis menambahkan 3 meetingroom pengembangan dari 1 meeting room pada awal untuk menunjang kebutuhan tenant DiLo



yang sering menemui klien maupun diskusi dengan mentor dan membutuhkan privasi.

6. Penulis memberikan inovasi lain seperti beberapa meja cadangan yang sudah disiapkan dan dapat ditransformasikan dari satu meja menjadi 2 meja untuk mengantisipasi terjadinya tenant overbooked.
7. Penulis menambahkan representasi dari studi perbandingan antara DiLo dengan coworking yang berada di luar negeri seperti penambahan spot ruang rekreasi, quiet zone & ruang baca.

6.2. Saran

1. Penerapan desain ini harus diimbangi dengan berbenahnya manajerial dari tim manajemen DiLo Surabaya agar dapat satu tujuan yang sama.
2. Ruang Workshop dapat dibentuk seperti anak tangga, sehingga, semua audiens dapat melihat dan menerima materi dengan baik.

Daftar Pustaka

- Botsman, R. and R. Rogers (2010) *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York: HarperCollins.
- Brill, M. Margulis S, & Konar E, BOSTI (1984), "*Using Office Design to Increase Productivity*" , Workplace Design and Productivity Vol. 1, 1984: Vol. 2, 1984., pp 495 500.
- DeGuzman, G. V. and A. I. Tang (2011) *Working in the "UnOffice": A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*, San Francisco: Night Owls Press.
- Foertsch C & Cagnol R (2013) '*The History of Coworking in a Timeline According to Foertsch and Cagnol*' (2013) <http://www.deskmag.com/en/the-history-ofcoworking-spaces-in-a-timeline>, Viewed 5th Jan 2017
- Hameed, A., & Amjad, S. (2009). *Impact of Office Design on Employees' Productivity: A case study of Banking Organizations of Abbottabad Pakistan*. Journal of Public Affairs, Vol. 3(1), 1-12.
- Hameed, dkk. 2009. Journal of Public Affairs, Administration and Management: *Impact of Office Design on Employee's Productivity: A Case study of Banking Organizations of Abbottabad, Pakistan* (Online), Vol. 3 (1), (<http://journalofpublic.administration.banking.pakistan/employee.produktivitiy.html>, diakses 10 Januari 2017).
- Karlen, Mark. 2007. *Dasar-Dasar Perencanaan Ruang Edisi Kedua*, Jakarta : Erlangga
- Kristianto, Thomas Ari., Nastiti, Sri., Argoasmoro., 2015. *Evaluasi Akustik Interior Kantor Bersistem Terbuka Berukuran Besar Studi Kasus Kantor BAUK ITS*, Self Publishing

- Nogi, D. (2003) "*The Construction Process of the Business Incubator Concept*", Ventures Review, Vol. 4, pp. 113-120
- Orel, Marko (2014): *Working in co-working Spaces. The social and economic engagement of European youth. Perspectives on Youth*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Panero, Zelnik, Martin, 1979, *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta : Erlangga
- Patterson, Fiona., Kerrin, Maire., Gatto-Roissard, Geraldine. 2009. *Characteristics & Behaviour of Innovative People in Organisations*. Nesta Policy and research Unit (NPRU)
- Penyusun Pusat Kamus, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Pratiwi, Nikita Bunga., Budiono., Wardhana, Mahendra . 2017 . *Desain Interior PT Insastama dengan Konsep Industrial Modern*, Jurnal Sains & Seni ITS Vol 5, No 1.
- Rayfield, J.K, (1993), *Office Interior Design Guide*, John Wiley & Sons, New York.
- Robbins, S. P. dkk. 2008. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saleem, A. et all. 2012. Iranian Journal of Management Studies (IJMS) Online Journals: *Impact of Interior Physical Environment on Academician's Productivity in Pakistan Higher Education Institutes Perspectives* (Online), Vol. 5, No. 1, (<http://IJMS/interior/productivity/pakistan.higher.education.institutes.perspectives.html>, diakses 11 Januari 2013).
- Schuermann, Mathias (2014): *Coworking space. A potent business model for plug'n play and indie workers*. Berlin: Rocket Publishing.

Sedarmayanti. 2009. *Dasar-dasar Pengetahuan tentang Manajemen Perkantoran: Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju.

SNI 03-2396-1991 tentang "*Tata cara perancangan pencahayaan alami siang hari untuk rumah dan gedung*"

Sukoco, Badri Munir. 2007. *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Surabaya: Erlangga.

Suptandar, J.P, (2004), *Faktor Akustik Dalam Perancangan Disain Interior*, Djambatan, Jakarta.

Spinuzzi, C. (2012) "*Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity*," *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 26, No. 4, pp. 399-441

Spinuzzi, Clay (2015): *All edge*. Chicago: The University of Chicago Press.
Uda, T. (2005) "*A New Perspective of Entrepreneurial Career*", *Ventures Review* Vol. 6, pp. 35-44.

Wijiantoro, Agung & Rucitra, A.A., 2017. *Desain Interior Kantor Gojek Surabaya dengan Langgam Modern Urban*, *Jurnal Sains & Seni ITS* Vol 6, No 1.

Waber, Ben, Jennifer Magnolfi and Greg Lindsay (2014): *Workspaces that move people*. *Harvard Business Review*. 29(10): 69–77.

http://carapedia.com/pengertian_definisi_modern_info2170.html

<http://www.popeti.com/architecture/ciri-khas-desain-interior-untuk-rumah-minimalis-modern/>

<http://www.si-pedia.com/2014/12/psikologi-warna-arti-warna-dan-dampak-nya.html>

Lampiran 1. Hasil Wawancara

Daftar Pertanyaan

1. Data Diri (Nama, Nomor HP, Jenis kelamin, umur, hobi)
2. Apakah Anda memiliki startup? Berapa umur startup anda? Berapa jumlah tim?
3. Seberapa sering anda mengunjungi Digital Lounge Surabaya?
4. Mengapa Anda melakukan kunjungan di Digital Lounge Surabaya?
5. Apa yang Anda lakukan saat mengunjungi DiLo Surabaya?
6. Apakah Anda pernah mengenal, sharing dan diskusi dengan startup lain di Digital Lounge Surabaya?
7. Apakah pencahayaan di DiLo Surabaya sudah mencukupi?
8. Apakah penghawaan di DiLo Surabaya sudah mencukupi?
9. Apakah Anda pernah menggunakan Pantry?
10. Apakah Anda merasa bosan saat bekerja di Digital Lounge Surabaya?
11. Apa yang Anda lakukan saat bosan bekerja di Digital Lounge Surabaya?
12. Apakah Anda pernah mengikuti workshop di Digital Lounge Surabaya?
13. Apa kendala Anda saat mengikuti workshop di Digital Lounge Surabaya?
14. Apa Anda bisa melihat presentasi dengan jelas saat workshop?
15. Apa Anda merasa nyaman saat duduk dan simulasi pada saat workshop?
16. Apa saran anda kedepan tentang fasilitas yang ada di Digital Lounge Surabaya?

Data dan Analisa (10 orang coworker Digital Lounge Surabaya yang aktif)

2. Apakah Anda memiliki startup? Berapa umur startup anda? **100% memiliki Startup**

2	1 Tahun	2 Bulan	6 Bulan	3 Bulan	2 Tahun	1 Tahun	6 Bulan	1 Tahun	8 Bulan	1 Tahun	7 Bulan
	4	3	4	2	8	3	3	3	3	4	3
3	Setiap hari	Seminggu sekali	Seminggu sekali	Seminggu sekali	Setiap hari	Setiap hari	Setiap hari	Setiap hari	Seminggu sekali	Setiap hari	Seminggu sekali

4	Wifi gratis, tempat memadai untuk startup pemula	Wifi gratis	Wifi gratis	Wifi gratis & cepat, ada workshop tiap minggu	Wifi gratis, tempat memadai untuk startup pemula	Wifi dan tempat gratis	Wifi dan tempat gratis	Wifi gratis, tempat memadai untuk startup pemula	Wifi gratis, tempat memadai	Wifi dan tempat gratis.	Wifi gratis
5	Diskusi, bekerja	Rapat mingguan bersama, ikut workshop	Rapat mingguan bersama, kerja	Diskusi, bekerja, ikut workshop	Kerja, Meeting	Kerja	Kerja, ikut workshop	Kerja	Kerja, ikut workshop	Kerja, Rapat	Kerja, Rapat, Meeting
6	Jarang	Belum pernah	Pada saat workshop	Jarang	Setiap hari	Setiap hari	Jarang	Setiap hari	Pada saat workshop	Setiap hari	Pada saat workshop
7	Cukup	Tercukupi	Cukup	Tercukupi	Tercukupi	Cukup	Tercukupi	Cukup	Tercukupi	Cukup	Tercukupi
8	Tercukupi	Cukup	Cukup	Tercukupi	Cukup	Cukup	Tercukupi	Cukup	Tercukupi	Tercukupi	Cukup
9	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah
10	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah
11	Bermain DOTA	Nonton Youtube	Main HP, Game Online	Bermain DOTA, Youtube, Membaca buku	Keluar sebentar untuk cari makan sekaligus	Bermain DOTA	Nonton Youtube	Baca buku, Nonton Youtube	Bermain Game Online, Nonton Youtube, Liat pinterest	Baca buku, nonton Youtube, liat game online	Main Game Online, nonton Youtube

					refreshing						
12	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah	Pernah
13	Tempat duduk, jarak pandang	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding, jarak pandang	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding, jarak pandang	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding, jarak pandang	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding, jarak pandang	Tidak ada tempat untuk simulasi ngoding	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding	Tempat duduk, tidak ada space untuk simulasi ngoding, jarak pandang	Tempat duduk, jarak pandang
14	Tidak	Tergantung posisi	Tidak	Tergantung posisi	Tergantung Posisi	Tergantung posisi	Iya	Tidak	Iya	Tergantung posisi	Tidak
15	Tidak ada meja atau ruang untuk laptop		Tidak ada meja atau ruang untuk laptop		Tidak ada meja atau ruang untuk laptop		Tidak ada meja atau ruang untuk laptop		Tidak ada meja atau ruang untuk laptop	Tidak ada meja atau ruang untuk laptop	

Lampiran 2. Studi Aktifitas & Fasilitas Ruangan

No	Ruang / Person	Aktifitas	Kebutuhan Furniture	Dimensi	Sirkulasi	Kebutuhan Ruang
1	Lobby	Registrasi	Meja Lobby	250 x 70 cm = 1,8 m ² 45 x 45 cm = 0,2 m ²	1 : 3	1,8 + 0,2 = 2 m ² 3 x 2 m = 6 m ² Total = 8 m ²
		Melayani Tamu / Coworkers	Kursi			
		Istirahat	Komputer			
		Melayani Tamu / Coworkers				
		Duduk Menunggu	Sofa Duduk	(100 x 40) = 4,0 m ²	1 : 2	2 x 4 m = 8m ² Total = 8m ²
2	Ruang Kerja	Menaruh Tas	Rak Tas / Loker	50 x 50 cm = 0,25 m ² 20 x 0,25 m ² = 5 m ²	1 : 4	5 + 24 + 0,13 + 4,2 + 1,1 + 0,1 = 34,5 m ²
		Menyalakan Laptop	Meja Kerja	70 x 50 cm = 0,35 m ²		
		Briefing Tim	Kursi	45 x 45 cm = 0,2 m ²		
			Papan Televisi	40 x (0,2 + 0,4) = 24 m ²		
		Membaca Buku	Meja Kerja			
		Menulis	Kursi			
		Melaksanakan target harian	Mousepad			
		Waktu Bosan / Istirahat	Papan sepakbola Tenis Meja Smart TV	36 x 35 cm = 0,13 m ² 276 x 152 cm = 4,2 m ² 136 x 80 cm = 1,1 m ²		
3	Ruang Administrator	Membuat Kopi	Coffee Maker	45 x 25 cm = 0,1 m ²		
		Membersihkan ruangan	Tempat Sampah	30 x 25 cm = 0,75 m ²	1 : 2	0,75 + 0,35 + 0,2 = 1.3 m ² 1.3 x 2 = 2.6 m ²
		Menunggu tamu / coworkers	Meja Kerja Kursi	70 x 50 cm = 0,35 m ² 45 x 45 cm = 0,2 m ²		
4	Ruang Meeting	Persiapan meeting	Meja meeting	300 x 120 cm = 3,6 m ²	1 : 2	3.6 + 1.4 = 5 m ² 5 x 2 = 10 m ²
		Presentasi	Kursi	7 x 45 x 45 cm = 1,4 m ²		
		Mencatat	Papan			
		Bertanya	Proyektor			
5	Ruang Workshop / Seminar	Persiapan workshop	Meja Kuliah	48 x 48 cm = 0,23 m ²	1 : 3	0,23 x 3 = 0,69 m ²
		Presentasi	Proyektor			
		Mencatat	Papan			
		Bertanya				
		Simulasi				
6	Ruang Pameran	Melihat – lihat	Meja Display	120 x 60 cm = 0,8 m ²	1 : 2	0,8 x 2 = 1,6 m ²
		Membaca informasi tiap display				
7	Ruang Server	Maintenance	Server			
8	Gudang	Menyimpan barang	Meja	70 x 50 cm = 0,35 m ²	1 : 1	0,35 + 0,25 = 0,6 m ²
			Lemari	50 x 50 cm = 0,25 m ²		

Lampiran 3. Studi Ruangan

[illegible]

		Mengevaluasi Design Sprint Istirahat Membuat Kopi/Teh Makan	15 – 30 menit 15 menit 5 – 15 menit 15 – 45 menit	Ruang Kerja Ruang Istirahat Pantry Pantry
5	Admin	Absen Membersihkan ruangan Menjaga dilo surabaya Melayani warga Surabaya yang ingin memesan tempat di Dilo Surabaya	5 menit 15 – 25 menit Jam Beroperasi	Lobby Ruang Administrasi

Lampiran 4. Analisa aktifitas ruang mingguan pengguna DiLo Surabaya

		WORKSHOP		MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN		WORKSHOP	MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN		WORKSHOP	MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN
SENIN	07.00 – 08.00							SELASA						RABU					
	08.00 – 09.00																		
	09.00 – 10.00																		
	10.00 – 11.00																		
	11.00 – 12.00																		
	12.00 – 13.00																		
	13.00 – 14.00																		
	15.00 – 16.00																		
	16.00 – 17.00																		
	17.00 – 18.00																		

		WORKSHOP	MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN		WORKSHOP	MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN		WORKSHOP	MEETING ROOM	COWORKING SPACE	PANTRY	R. ADMIN
--	--	----------	--------------	-----------------	--------	----------	--	----------	--------------	-----------------	--------	----------	--	----------	--------------	-----------------	--------	----------

[illegible]

20 Juni 2017

NO 1	ITEM PEKERJAAN 2	VOL 3	SAT 4	HARGA SAT 5	HARGA 6	
A	Pekerjaan Lantai					
1	Pengerjaan acian (polished)	410.2	m ²	Rp	70,680.29	Rp 28,993,054.14
2	Pemasangan sticker lantai	18.18	m ²	Rp	380,985.75	Rp 6,926,320.94
Sub Total					Rp	35,919,375.07
B	Pekerjaan Dinding					
1	Pengecatan dinding	6	m ²	Rp	25,376.80	Rp 152,260.80
2	Pemasangan dinding printing wallpaper	31.34	m ²	Rp	380,985.75	Rp 11,940,093.41
Sub Total					Rp	12,092,354.21
C	Pekerjaan Plafon					
Pembuatan drop ceiling hollow ,gypsumboard 12						
1	mm	39.86	m ²	Rp	155,364.00	Rp 6,192,809.04
2	Pengecatan plafon	151.07	m ²	Rp	25,376.80	Rp 3,833,673.18
Sub Total					Rp	10,026,482.22
D	Pekerjaan Furnitur					
1	Pengadaan meja resepsionis	1	unit	Rp	14,000,000.00	Rp 14,000,000.00
2	Pengadaan kursi kerja resepsionis	2	unit	Rp	1,149,000.00	Rp 2,298,000.00
4	Pengadaan kursi hadap	2	unit	Rp	679,000.00	Rp 1,358,000.00
5	Pengadaan sofa	1	unit	Rp	12,990,000.00	Rp 12,990,000.00
Sub Total					Rp	30,646,000.00
E	Pekerjaan Kelistrikan					
1	Instalasi titik lampu	32	titik	Rp	137,600.00	Rp 4,403,200.00
2	Instalasi titik stop kontak	4	titik	Rp	415,300.00	Rp 1,661,200.00
3	Pemasangan lampu downlight 11 watt	8	titik	Rp	194,600.00	Rp 1,556,800.00
4	Pemasangan lampu spotlight 3 watt	26	titik	Rp	229,100.00	Rp 5,956,600.00
5	Pemasangan saklar tunggal	2	titik	Rp	80,600.00	Rp 161,200.00
6	Pemasangan stop kontak lantai	4	titik	Rp	462,500.00	Rp 1,850,000.00
7	Pemasangan LED Strip 4w plafon	24.7	m'	Rp	103,100.00	Rp 2,546,570.00
8	Pemasangan LED Strip 4w lantai	30	m'	Rp	103,100.00	Rp 3,093,000.00
Sub Total					Rp	21,228,570.00
JUMLAH					Rp	109,912,781.49

**DAFTAR HARGA SATUAN POKOK KEGIATAN
PEKERJAAN INTERIOR LOBBY
KANTOR DILO**

PEKERJAAN LANTAI

URAIAN KEGIATAN	KOEFISIEN	SATUAN	HARGA SATUAN	HARGA
Pekerjaan Acian Lantai (polished)		m²		
Upah :				
Mandor	0.0150	O.H	158000	2370
Kepala Tukang Batu	0.0150	O.H	148000	2220
Tukang Batu	0.1500	O.H	121000	18150
Pembantu Tukang	0.3000	O.H	110000	33000
			Jumlah:	55740
<u>Bahan:</u>				
Floor Polish	0.1037	m2	75000	7776
Semen PC (Portland Cement) 50 kg	0.1037	Zak	69100	7164
			Jumlah:	14940
		Nilai HSPK :		70680
Pemasangan sticker lantai		m²		
Mandor	0.0025	O.H	158000	395
Kepala Tukang	0.0020	O.H	148000	296
Tukang Kayu	0.2000	O.H	121000	24200
Pembantu Tukang	0.0200	O.H	110000	2200
			Jumlah:	27091
<u>Bahan:</u>				
Nippon Paint Sportskote	1.2000	m2	288400	346080
	0.2000	Kg	53000	10600
			Jumlah:	356680
		Nilai HSPK :		380986

PEKERJAAN DINDING

URAIAN KEGIATAN	KOEFISIEN	SATUAN	HARGA SATUAN	HARGA
Pengecatan Dinding		m²		
<u>Upah:</u>				
Mandor	0.0025	O.H	158000	395
Kepala Tukang Cat	0.0063	O.H	148000	932
Tukang Cat	0.0630	O.H	121000	7623
Pembantu Tukang	0.0250	O.H	110000	2750
			Jumlah:	11700
<u>Bahan:</u>				
Dempul Tembok (cat Dasar)	0.1000	Kg	31800	3180
Cat Tembok Dalam (2.5 kg)	0.1000	Kaleng	107000	10700
Kertas Gosok no 150 (halus)	0.1000	Lembar	10500	1050
			Jumlah:	14930
		Nilai HSPK :		25377
Pemasangan Printing wallpaper		m²		
<u>Upah:</u>				
Mandor	0.0025	O.H	158000	395

Kepala Tukang	0.0020	O.H	148000	296
Tukang Kayu	0.2000	O.H	121000	24200
Pembantu Tukang	0.0200	O.H	110000	2200
			Jumlah:	27091
<u>Bahan:</u>				
Printing wallpaper	1.2000	m2	288400	346080
Lem wallpaper	0.2000	Kg	53000	10600
			Jumlah:	356680
			Nilai HSPK :	380986

PEKERJAAN PLAFON

URAIAN KEGIATAN	KOEFISIEN	SATUAN	HARGA SATUAN	HARGA
Pemasangan Plafond Gypsumboard				
Rangka Plafon Metal Furing		m²		
<u>Upah:</u>				
Mandor	0.0750	O.H	158000	11850
Kepala Tukang Kayu	0.0250	O.H	148000	3700
Pembantu Tukang	0.2500	O.H	121000	30250
Tukang Kayu	0.1500	O.H	110000	16500
			Jumlah:	62300
<u>Bahan:</u>				
Besi Hollow 40/40	0.7500	m'	97300	72975
Besi Hollow 20/20	2.0000	m'	73700	147400
Papan Semen	0.3819	Lembar	63600	24289
Paku Asbes Skrup 4	4.0000	Buah	7800	16000
			Jumlah:	100614
			Nilai HSPK :	155364
Pengecatan Plafon				
		m²		
<u>Upah:</u>				
Mandor	0.0025	O.H	158000	395
Kepala Tukang Cat	0.0063	O.H	148000	932
Tukang Cat	0.0630	O.H	121000	7623
Pembantu Tukang	0.0250	O.H	110000	2750
			Jumlah:	11700
<u>Bahan:</u>				
Dempul Plafon (cat Dasar)	0.1000	Kg	31800	3180
Cat Plafon (2.5 kg)	0.1000	Kaleng	107000	10700
Kertas Gosok no 150 (halus)	0.1000	Lembar	10500	1050
			Jumlah:	14930
			Nilai HSPK :	25377

PEKERJAAN KELISTRIKAN

Pemasangan Instalasi Titik Lampu		titik		
<u>Upah :</u>				
Kepala Tukang	0.05	OH	148000	7400
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Pembantu Tukang	0.3	OH	110000	33000
			Jumlah	100900

<u>Bahan :</u>				
Kabel NYM 3X 2.5 mm	10	m	19500	195000
Isolator	4	unit	24300	97200
Fitting plafon	1	buah	18200	18200
Pipa Paralon 5/8	2.5	batang	7800	19500
T Doos Pvc	1	buah	2700	2700
			Jumlah	137600
			Nilai HSPK	137600
Pemasangan Instalasi Titik Stop Kontak		titik		
<u>Upah :</u>				
Kepala Tukang	0.05	OH	148000	7400
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Pembantu Tukang	0.3	OH	110000	33000
			Jumlah	100900
<u>Bahan :</u>				
Kabel NYM 3X 2.5 mm	10	m	19500	195000
Isolator	4	unit	24300	97200
Pipa Paralon 5/8	2.5	batang	7800	19500
T Doos Pvc	1	buah	2700	2700
			Jumlah	314400
			Nilai HSPK	415300
Pemasangan lampu downlight		titik		
<u>Upah:</u>				
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Kepala Tukang	0.2	OH	148000	11100
			Jumlah	71600
<u>Bahan:</u>				
Lampu downlight 11 watt	1	Buah	69000	69000
downlight frame 4 inch -silver	1	Buah	54000	54000
			Jumlah	123000
			Nilai HSPK	194600
Pemasangan lampu spotlight		titik		
<u>Upah:</u>				
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Kepala Tukang	0.2	OH	148000	29600
			Jumlah	90100
<u>Bahan:</u>				
Lampu spotlight 3 watt	1	Buah	85000	85000
downlight frame 4 inch -silver	1	Buah	54000	54000
			Jumlah	139000
			Nilai HSPK	229100
Pemasangan Saklar Tunggal		titik		
<u>Upah:</u>				
Kepala Tukang	0	OH	148000	14800
Tukang	0.2	OH	121000	24200
Pembantu Tukang	0.001	OH	110000	11000
			Jumlah	50000
<u>Bahan:</u>				
saklar tunggal broko	1	unit	30600	30600

			Jumlah	30600
			Nilai HSPK	80600
Pemasangan Stop kontak lantai			titik	
Upah:				
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Kepala Tukang	0.2	OH	148000	74000
			Jumlah	134500
Bahan:				
stop kontak (2 slot)+outlet data CAT5€	1	Buah	328000	328000
			Jumlah	328000
			Nilai HSPK	462500
Pemasangan LED Strip			m'	
Upah:				
Tukang	0.5	OH	121000	60500
Kepala Tukang	0.2	OH	148000	29600
			Jumlah	90100
Bahan:				
LED Strip	0.2	m	65000	13000
			Jumlah	13000
			Nilai HSPK	103100

BIOGRAFI PENULIS



Penulis, Alivia Rosy Walidonna, lahir di Jember pada 5 Juni 1996. Merupakan anak terakhir dari empat bersaudara. Penulis merupakan alumnus dari SMA Negeri 8 Malang dan melanjutkan studi gelar sarjana di Departemen Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya melalui jalur SNMPTN – Undangan pada tahun 2013.

Penulis sangat aktif dengan kegiatan Entrepreneurship dibidang Teknologi, dan menginisiasi beberapa start-up & UMKM lokal di Jawa Timur. Ketertarikannya pada *Entrepreneurship* & Teknologi membuat penulis mengambil Judul Karya Tulis Tugas Akhir “Desain Interior *Coworking Space* DiLo Surabaya untuk Meningkatkan Produktifitas dan Inovasi Pengguna”. Dengan adanya karya tulis ini penulis berharap untuk memberikan kontribusi berupa literatur yang dapat dijadikan acuan untuk standar workspace dan inspirasi desain. Untuk berdiskusi lebih lanjut dapat menghubungi penulis melalui walidonna.alivia@gmail.com.